

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА»**

**Сборник тезисов научных трудов
XXXIV МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ:
«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ»**

«28» сентября 2018

**Санкт-Петербург – Астана – Киев – Вена
2018**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА»

Сборник тезисов научных трудов

**XXXIV МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ:**

**«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ»**

«28» сентября 2018

Збірник тез наукових праць

**XXXIV МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ:
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ НАУКИ»**

«28» вересня 2018

Abstracts of scientific papers

**XXXIV INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE:
«ACTUAL PROBLEMS OF MODERN SCIENCE»**

September 28, 2018

Санкт-Петербург–Астана–Киев–Вена
2018

ББК 20
УДК 001
А-43

Актуальные проблемы современной науки: сборник тезисов научных трудов XXXIV Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург–Астана–Киев–Вена, «28» сентября 2018 года) / Международный научный центр, 2018. — 86 с.

В сборнике представлены материалы XXXIV Международной научно-практической конференции: «Актуальные проблемы современной науки».

Материалы публикуются на языке оригинала в авторской редакции.

Редакция не всегда разделяет мнения и взгляды автора. Ответственность за достоверность фактов, имен, географических названий, цитат, цифр и других сведений несут авторы публикаций.

При использовании научных идей и материалов этого сборника, ссылки на авторов и издания являются обязательными.

© Авторы статей, 2018
© Международный научный центр, 2018
© Международный научный журнал
«Интернаука», 2018

Редакционная коллегия

Глава редакционной коллегии: **Тарасенко Ирина Алексеевна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Заместитель главы редакционной коллегии: **Коваленко Дмитрий Иванович** — кандидат экономических наук, доцент (Украина)

Заместитель главы редакционной коллегии: **Золковер Андрей Александрович** — кандидат экономических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Румянцев Анатолий Александрович** — доктор технических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Сергейчук Олег Васильевич** — доктор технических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Беликов Анатолий Серафимович** — доктор технических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Мельник Виктория Николаевна** — доктор технических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Наумов Владимир Аркадьевич** — доктор технических наук, профессор (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Луценко Игорь Анатольевич** — доктор технических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Пахрутдинов Шукридин Илесович** — доктор политических наук, профессор (Республика Узбекистан)

Член редакционной коллегии: **Степанов Виктор Юрьевич** — доктор наук по государственному управлению, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Дегтярь Андрей Олегович** — доктор наук по государственному управлению, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Дегтярь Олег Андреевич** — доктор наук по государственному управлению, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Колтун Виктория Семеновна** — доктор наук по государственному управлению, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Щербан Татьяна Дмитриевна** — доктор психологических наук, профессор, Заслуженный работник образования Украины, ректор Мукачевского государственного университета (Украина)

Член редакционной коллегии: **Цахаева Анжелика Амировна** — доктор психологических наук, профессор (Российская Федерация, Республика Дагестан)

Член редакционной коллегии: **Сунцова Алеся Александровна** — доктор экономических наук, профессор, академик Академии экономических наук Украины (Украина)

Член редакционной коллегии: **Денисенко Николай Павлович** — доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Международной академии инвестиций и экономики строительства, академик Академии строительства Украины и Украинской технологической академии (Украина)

Член редакционной коллегии: **Кухленко Олег Васильевич** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Чубукова Ольга Юрьевна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Драган Елена Ивановна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Захарин Сергей Владимирович** — доктор экономических наук, старший научный сотрудник, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Скрипник Маргарита Ивановна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Ефименко Надежда Анатольевна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Мигус Ирина Петровна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Смолин Игорь Валентинович** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Шинкарук Лидия Васильевна** — доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Национальной академии наук Украины (Украина)

Член редакционной коллегии: **Гоблик Владимир Васильевич** — доктор экономических наук, кандидат философских наук, доцент, Заслуженный экономист Украины (Украина)

Член редакционной коллегии: **Заруцкая Елена Павловна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Вдовенко Наталия Михайловна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Копилюк Оксана Ивановна** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Ниценко Виталий Сергеевич** — доктор экономических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Шевчук Ярослав Васильевич** — доктор экономических наук, старший научный сотрудник, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Рамский Андрей Юрьевич** — доктор экономических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Мухсинова Лейла Хасановна** — доктор экономических наук, доцент (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Задерей Петр Васильевич** — доктор физико-математических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Байчоров Александр Мухтарович** — доктор философских наук, профессор (Республика Беларусь)

Член редакционной коллегии: **Ильина Антонина Анатольевна** — доктор философских наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Сутужко Валерий Валериевич** — доктор философских наук, доцент (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Стеблюк Всеволод Владимирович** — доктор медицинских наук, профессор криминалистики и судебной медицины, Народный Герой Украины, Заслуженный врач Украины (Украина)

Член редакционной коллегии: **Щуров Владимир Алексеевич** — доктор медицинских наук, профессор, главный научный сотрудник лаборатории коррекции деформаций и удлинения конечностей (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Свиридов Николай Васильевич** — доктор медицинских наук, главный научный сотрудник отдела эндокринологической хирургии, руководитель Центра диабетической стопы (Украина)

Член редакционной коллегии: **Иоелович Михаил Яковлевич** — доктор химических наук, профессор (Израиль)

Член редакционной коллегии: **Сопов Александр Валентинович** — доктор исторических наук, профессор (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Свинухов Владимир Геннадьевич** — доктор географических наук, профессор (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Сенотрусова Светлана Валентиновна** — доктор биологических наук, доцент (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Кузава Ирина Борисовна** — доктор педагогических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Бабина Юлианна Ивановна** — докторантка (Республика Молдова)

Член редакционной коллегии: **Коньков Георгий Игоревич** — кандидат технических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Русина Юлия Александровна** — кандидат экономических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Белялов Талят Энверович** — кандидат экономических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Сибирянская Юлия Владимировна** — кандидат экономических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Щепанский Эдуард Валерьевич** — кандидат экономических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Криволапов Василий Сергеевич** — кандидат экономических наук, доцент (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Саньков Петр Николаевич** — кандидат технических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Артюхов Артем Евгеньевич** — кандидат технических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Филева-Русева Красимира Георгиева** — кандидат психологических наук, доцент (Республика Болгария)

Член редакционной коллегии: **Баула Ольга Петровна** — кандидат химических наук, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Вавилова Елена Васильевна** — кандидат сельскохозяйственных наук, доцент (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Вицентий Александр Владимирович** — кандидат математических наук, доцент (Российская Федерация)

Член редакционной коллегии: **Мулик Екатерина Витальевна** — кандидат наук по физическому воспитанию и спорту, доцент (Украина)

Член редакционной коллегии: **Олейник Анатолий Ефимович** — кандидат юридических наук, профессор (Украина)

Член редакционной коллегии: **Химич Ольга Николаевна** — кандидат юридических наук (Украина)

Член редакционной коллегии: **Фархитдинова Ольга Михайловна** — кандидат философских наук (Украина)

Содержание

СЕКЦИЯ 1. БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	9
Султангазина Гульнар, Бейшова Индира Салтановна, Ульянов Вадим Александрович, Бейшов Рустем Салтанович, Бельтюкова Надежда Николаевна, Пришнивская Яна Викторовна, Берсенева Юлия Николаевна Генетическое разнообразие ценопопуляций адониса весеннего (<i>Adonis vernalis</i>), произрастающих в северных регионах Казахстана...	9
СЕКЦИЯ 2. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ НАУКИ	14
Валькова Ольга Евгеньевна, Кицис Вячеслав Михайлович К вопросу использования наследия Чемпионата мира по футболу FIFA 2018	14
СЕКЦИЯ 3. СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ	22
Кондратьева Елена Станиславовна Мониторинг температурно-соленостного режима в бухтах залива Петра Великого (Японское море) в аспекте их пригодности для культивирования двустворчатых моллюсков.....	22
СЕКЦИЯ 4. СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	28
Никулин Игорь Олегович Полисемантический аспект продвижения товара	28
СЕКЦИЯ 5. ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ	32
Закирничная Марина Михайловна, Булатов Булат Рафисович Методология диагностирования насосно-компрессорного оборудования с применением основ детерминированного хаоса	32
Лапкина Инна Александровна, Малаксиано Николай Александрович Обоснование сроков замены старого оборудования на оборудование нового типа с учетом фактора неопределенности	38
СЕКЦИЯ 6. ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	43
Жарчінська Ольга Олександрівна Функції сленгу в американському романі Чака Паланика «Бійцівський клуб»	43
Мартищенко Катерина Валеріївна Мовні засоби реалізації політкоректності у медіа дискурсі	47

СЕКЦИЯ 7. ХИМИЧЕСКИЕ НАУКИ	51
Исатаева Аймира Кемеловна, Досмагамбетова Сауле Саркантаевна Алтын аффинажының электролиті цез құрамындағы алтын және оган серіктес элементтерді химиялық-атомды-абсорбциялық анықтау	51
СЕКЦИЯ 8. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	57
Беленко Ольга Александровна, Гуца Вероника Юрьевна Научно-техническое сотрудничество Республики Беларусь и Китайской Народной Республики.....	57
Зимакова Лилия Александровна, Бычкова Анна Владимировна Практические аспекты учета маркетинговых затрат.....	60
Зимакова Лилия Александровна, Цуканова Светлана Геннадьевна Концепции контроллинга на службе современного предприятия.....	64
Кальніцька Марина Олександрівна Критерії оцінки стану розвитку організаційно-культурних ресурсів міжнародного туристичного бізнесу	68
Ковалевич Дмитрий Владимирович Формирование общего финансового рынка ЕАЭС	71
Рубежанська Вікторія Олегівна Селективна стратегія державного регулювання ринку праці.....	75
Шумкова Олена Володимирівна, Шумкова Вікторія Ігорівна Використання стратегій продажу карткових продуктів у банку	79

Секция 1.

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Султангазина Гульнар
*кандидат биологических наук, доцент,
заведующая кафедрой биологии и химии
Костанайский государственный университет
имени А. Байтурсынова
г. Костанай, Казахстан*

Бейшова Индира Салтановна
*кандидат сельскохозяйственных наук, доцент,
заведующая отделом молекулярно-генетических исследований
Костанайский государственный университет
имени А. Байтурсынова
г. Костанай, Казахстан*

Ульянов Вадим Александрович
*докторант, научный сотрудник
Костанайский государственный университет
имени А. Байтурсынова
г. Костанай, Казахстан*

Бейшов Рустем Салтанович
*докторант
Костанайский государственный университет
имени А. Байтурсынова
г. Костанай, Казахстан*

Бельтюкова Надежда Николаевна
*кандидат биологических наук,
доцент кафедры ботаники и генетики растений
ФГБУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет»
г. Пермь, Россия*

Пришнивская Яна Викторовна
*магистр биологии,
лаборант кафедры ботаники и генетики растений*

ФГБУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет»
г. Пермь, Россия

Берсенева Юлия Николаевна
студент кафедры ботаники и генетики растений
ФГБУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет»
г. Пермь, Россия

ГЕНЕТИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ЦЕНОПОПУЛЯЦИЙ АДОНИСА ВЕСЕННЕГО (*ADONIS VERNALIS*), ПРОИЗРАСТАЮЩИХ В СЕВЕРНЫХ РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА

Проблема сохранения биологического разнообразия на уровне видов, сообществ и экосистем является весьма актуальной в связи с усиливающимся антропогенным воздействием на биосферу.

Северный Казахстан уникален не только по разнообразию флоры и растительности, но и по концентрации редких видов растений. Выявление и изучение флоры любой территории имеет большое значение в связи с изменениями, происходящими в окружающей среде под воздействием усиливающихся неблагоприятных факторов, в первую очередь, деятельности человека.

С целью изучения генетического разнообразия было выбрано 5 ценопопуляций *A. vernalis*, расположенных на территории Северного Казахстана.

Северо-Казахстанская область:

1 — Аv1 — с. Ленинское, березово-осиновый лес, опушка

2 — Аv2 — г. Петропавловск, «Мещанский лес», антропогенно нарушенный березовый лес

Акмолинская область, Бурабайский район ГУ Государственный национальный природный парк «Бурабай»:

3 — Аv3 — Мирное лесничество, кв. 78, опушка березового леса

4 — Аv4 — Мирное лесничество, кв. 101, опушка березового леса

5 — Аv5 — Золотоборское лесничество, опушка березового леса.

В каждой из отмеченных популяций были собраны листья с 30 случайно выбранных растений на расстоянии от 30 до 50 м друг от друга. Для выделения ДНК из высушенных листьев *A. vernalis* была использована модифицированная методика выделения с использованием цетилтриметил бромид аммония (ЦТАБ) [1].

Выявление генетического полиморфизма ДНК *A. vernalis* проводили ISSR-методом анализа полиморфизма ДНК с применением ПЦР. Для исследуемого вида были отобраны наиболее эффективные праймеры, дающие воспроизводимые результаты (M1, M3, M27, X11, ISSR9). Продукты амплификации разделяли путем электрофореза в агарозном геле и фотографировали в проходящем ультрафиолетовом свете. Определение длин фрагментов проводилось с использованием программы Quantity One («Bio-Rad», USA).

Учитывали воспроизводимые в повторных экспериментах фрагменты ДНК.

Компьютерный анализ полученных данных проведен с помощью программы POPGENE1.31 [2] и с помощью специализированного макроса GenAlEx6 [3] для MS-Excel с определением: доли полиморфных локусов (P_{95}) [4], абсолютного числа аллелей (n_a), эффективного числа аллелей (n_e), ожидаемой гетерозиготности (H_E) [5]; индекса Шеннона (I). Уровень внутривидового разнообразия оценен через показатели: среднего числа морф (μ) и доли редких морф (h).

При анализе было выявлено 78 фрагментов ДНК, из которых были 65 ($P_{95}=0,833$) полиморфными. Число амплифицированных фрагментов ДНК в суммарной выборке растений варьировало в зависимости от праймера от 12 (ISSR9) до 19 (M1). В среднем при ISSR-анализе один праймер инициировал синтез 15,6 фрагментов ДНК. Число полиморфных фрагментов ДНК в суммарной выборке растений варьировало от 10 до 18, а их размеры — от 1700 до 1350 пн.

Доля полиморфных локусов в общей выборке в зависимости от ISSR-праймера колебался от 0,667 (X11) до 0,895 (M1) и в среднем составил 0,833. Число полиморфных фрагментов ДНК варьировало от 28 у Av4 до 45 у Av1.

Доля полиморфных локусов (P_{95}) в ценопопуляциях варьировала от 0,424 (Av4) до 0,714 (Av1) (таблица 2) и была достоверно ниже в четвертой ценопопуляции (Av4), расположенной в Мирном лестничестве. Ожидаемая гетерозиготность (H_E) по локусам в общей выборке *A. vernalis* составила 0,190. В ценопопуляциях она варьировала от 0,170 в Av5 до 0,212 в Av2 (таблица 1).

Абсолютное число аллелей на локус (n_a) на общую популяцию составило 1,897. Этот параметр наивысший в ценопопуляции Av2

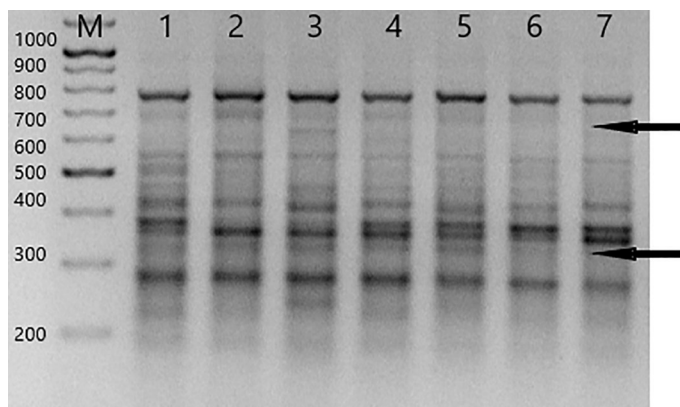


Рис. 1. ISSR-спектр ценопопуляции *A. vernalis* (Av4) с праймером M27; цифрами обозначены номера проб, М — маркер молекулярного веса, стрелками отмечены некоторые фрагменты; представлена часть спектра

($n_a=1,654$), в ценопопуляции Av4 он наименьший ($n_a=1,500$). Эффективное число аллелей на локус (n_e) на общую выборку равно 1,489. Большое значение n_e в ценопопуляции Av1 ($n_e=1,360$), а наименьшее

Таблица 1

Генетическое разнообразие ценопопуляций *A. vernalis*

Показатели	Av1	Av2	Av3	Av4	Av5	На общую выборку
H_E	0,200 (0,022)	0,212 (0,022)	0,189 (0,021)	0,179 (0,023)	0,170 (0,022)	0,190 (0,002)
n_a	1,603 (0,493)	1,654 (0,479)	1,603 (0,493)	1,500 (0,503)	1,526 (0,503)	1,897 (0,305)
n_e	1,334 (0,358)	1,360 (0,375)	1,308 (0,341)	1,307 (0,371)	1,282 (0,345)	1,489 (0,339)
P_{95}	0,714	0,667	0,609	0,424	0,597	0,833
R	0	1	1	2	1	5
μ	1,628	1,598	1,569	1,475	1,537	1,554
h	0,186	0,201	0,216	0,262	0,231	0,219
I	0,304	0,320	0,290	0,267	0,259	0,288

Примечание: в скобках даны стандартные отклонения, R — редкие фрагменты

значение в популяции Av5 ($n_e = 1,282$). В изученных ценопопуляциях *A. vernalis* обнаружено 5 редких фрагментов ДНК: 2 в Av4 и по одному Av2, Av3 и Av5 (таблица 1).

У всех изученных ценопопуляций *A. vernalis* показатель h имеет значения меньше 0,3. Наиболее сбалансированной структурой разнообразия характеризуется ценопопуляция Av1 ($h=0,186$), а наименее сбалансированной ($h = 0,262$) — Av4. Информационный Индекс Шеннона выявил наибольшее разнообразие в ценопопуляции Av2 ($I=0,320$), а наименьшее в — Av5 ($I=0,259$) (таблица 1).

При анализе внутривидового разнообразия *A. vernalis* установлено, что из 5 изученных ценопопуляций большей равномерностью распределения частот аллелей характеризуется Av4 ($\mu=1,475$), а наименьшей ($\mu=1,628$) — Av1.

Таким образом, на основании проведенного ISSR-анализа генетического полиморфизма пяти ценопопуляций адониса весеннего Северного Казахстана можем заключить, что изученные ценопопуляции характеризуются высокими показателями генетического разнообразия. В четырех из пяти изученных ценопопуляций *A. vernalis* были обнаружены редкие фрагменты ДНК. Четвертая ценопопуляция (Av4) имеет более низкие показатели генетического разнообразия по сравнению с другими ценопопуляциями, изученными на территории Северного Казахстана. Наибольшие показатели генетического разнообразия отмечены в самых северных ценопопуляциях, расположенных в Северо-казахстанской области, ниже эти показатели в ценопопуляциях Акмолинской области.

Литература

1. Rogers, S. O. Extraction of DNA from milligram amounts of fresh, herbarium and mummified plant tissues / S. O. Rogers, A. J. Bendich // Plant Molecular Biology. — 1985. — Vol. 1. № 19. — P. 69–76.
2. Yeh F. C., Young R. C., Mao J. et al. POPGENE, the Microsoft Windows-based user-friendly software for population genetic analysis of co-dominant and dominant markers and quantitative traits — Department of Renewable Resources, Univ. of Alberta, and Edmonton, Alta, 1999. — 238 p.
3. Peakall R. GenALEX6: Genetic analysis in Excel. Population genetic software for teaching and research / R. Peakall, P. E. Smouse // Mol. Ecol. Not. — 2006. — V. 6. — P. 288–295.
4. Williams J. G. K., et al. DNA polymorphisms amplified by arbitrary primers are useful as genetic markers / J. G. K. Williams et al. // Nucl. Acids Res. — 1990. — V. 18. — P. 6531–6535.
5. Nei M. Molecular evolutionary genetics. — N. Y.: Columbia Univ. press, 1987. — 512 p.

Секция 2. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ НАУКИ

Валькова Ольга Евгеньевна
аспирант кафедры туризма
ФГБОУ ВО «Мордовский государственный
университет имени Н.П. Огарёва»
г. Саранск, Россия

Кицис Вячеслав Михайлович
кандидат географических наук,
доцент кафедры туризма
ФГБОУ ВО «Мордовский государственный
университет имени Н.П. Огарёва»
г. Саранск, Россия

К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАСЛЕДИЯ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ FIFA 2018

Любое магаспортивное событие, к которым с полным основанием следует отнести чемпионаты мира по футболу, — это сложное и многогранное социально-экономическое явление. Для подготовки и проведения Чемпионата мира по футболу необходимо вложить огромные средства не только в строительство новых и реконструкцию действующих спортивных сооружений, но и в развитие всех элементов инфраструктуры, соответствующих требованиям FIFA. В связи с этим перед страной, проводившей чемпионат, в полной мере стоит проблема использования наследия, созданного в период подготовки к данному спортивному мероприятию.

В данной статье рассматривается вопрос использования наследия Чемпионата мира по футболу 2018 г. Цель исследования — рассмотреть возможности использования наследия Чемпионата мира по футболу FIFA 2018.

Каждый город, принимающий Чемпионат мира по Футболу 2018 г., должен иметь различные факторы качества, отличающие его от дру-

гих городов. Это делает принимающий город привлекательным для жилья, для притока туристов, для проведения будущих спортивных мероприятий.

Давид Кэшмэн выделил следующие направления формирования наследия после проведения масштабных спортивных мероприятий [2, с. 45]:

- экономическое наследие, привлечение инвестиций;
- наследие строительной и физической среды;
- социально-культурное наследие;
- наследие общественной жизни, политики и культуры;
- наследие символики, памяти и истории;
- наследие долгосрочных партнерских отношений со странами и всемирными организациями;
- наследие спорта.

Экономические последствия Чемпионата мира по футболу 2018 г. являются сильными, но краткосрочными и только со стороны спроса. Туристские расходы, инвестиции во временные сооружения, добровольческая и управленческая деятельность повышаются в цене. Первый Чемпионат мира по футболу состоялся в 1930 г. и с тех проводился уже более 20 раз. И каждый раз налогоплательщики задавались вопросом экономической целесообразности проведения этого яркого, но затратного мероприятия.

Эффективность проведения любого крупного спортивного мероприятия оценивают по тому экономическому эффекту, который он приносит. Экономический эффект от проведения последних 6-ти чемпионатов мира по футболу представлен в таблице 1 [4, с. 14].

Таблица 1

Экономический эффект от проведения чемпионатов мира по футболу

Страна	Год	Экономический эффект, млрд. долл.
Южная Корея	2002	7,0
Япония	2002	16,0
Германия	2006	12,0
ЮАР	2010	7,0
Бразилия	2014	14,0
Россия	2018	15,0 (оценка)

Как видно из данных таблицы 1, экономический эффект от проведения мундиала в нашей стране сопоставим с эффектом, полученным в Японии и Бразилии, но при этом более чем в два раза превышает эффект от футбольного праздника в Южной Корее и ЮАР.

Оценить масштабы экономического эффекта от проведения Чемпионата мира можно будет только через несколько лет, поскольку чемпионат — это вложения в будущее. Самым очевидным показателем являются средства, которые оставили в стране болельщики — иностранные болельщики потратили в России 1,5 млрд. долл. Однако эффект будет проявляться через дополнительные рабочие места, созданную инфраструктуру (дороги, аэропорты, вокзалы, терминалы, гостиницы, предприятия питания, больницы, стадионы, тренировочные площадки и пр.). Кроме того, следует ожидать увеличение туристского потока в последующие годы. Так, по данным опроса французских СМИ 87% болельщиков выразили желание приехать в Россию еще раз, а по данным британской газеты The Telegraph спрос на авиарейсы в Россию со второй половины июля по май 2019 г. вырос на 79% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Таким образом, интерес туристов к нашей стране не прошел с завершением Чемпионата мира [4, с. 14].

За последние 20 лет проведения Чемпионата мира по футболу лишь самым экономным удавалось окупить его. Чемпионат мира 1994 г. в США и 1998 г. во Франции стали самыми эффективными с экономической точки зрения. Ключевым моментом стало то, что эти страны располагали развитой инфраструктурой и поэтому принимали Чемпионат с минимальными затратами. В результате Америка потратила только \$30 млн. на улучшение инфраструктуры. Неудивительно, что чемпионат окупился еще до завершения, только билеты принесли более \$60 млн. Суммарный долгосрочный экономический эффект по разным оценкам составил от \$3 до \$11 млрд. [1].

В таблице 2 представлены расходы и доходы стран, которые принимали Чемпионат мира по футболу [1].

Согласно последним данным, совокупный бюджет подготовки к ЧМ 2018 г. составил около \$11 млрд. При этом федеральный бюджет и местные власти инвестируют 68% от общей стоимости (\$6,2 млрд.). На строительство и реконструкцию спортивных объектов планируется потратить \$2,5 млрд. Самой затратной статьёй бюджета будет строительство и реконструкция транспортной инфраструктуры — \$5,9 млрд. По аналогии с Германией, ЮАР и Бразилией видно, что Россия вкладывает средства в инфраструктурные объекты. Краткосрочный суммарный экономический эффект от ЧМ в России (туризм, билеты на

Расходы и доходы стран, принимавших Чемпионат мира по футболу в последние годы

Страна	Год проведения	Расходы (долл.)	Доходы (долл.)
США	1994	30 млн.	от 3 до 11 млрд.
Франция	1998	1,6 млрд.	около 2 млрд.
Южная Корея	2002	2,5 млрд.	110 млн.
Япония	2002	5,6 млрд.	110 млн.
Германия	2006	7,7 млрд.	до 14 млрд.
ЮАР	2010	3,9 млрд.	2,9 млрд.
Бразилия	2014	11 млрд.	менее 1 млрд.
Россия	2018	около 11 млрд.	около 12,5 млрд. (по предварительным данным)

матчи, сопутствующий бизнес в сфере торговли, развлечений и т.п.) может составить около \$0,5–1 млрд., что окупит, в лучшем случае, десятую часть от понесенных на подготовку трат. Однако на краткосрочном рубеже ЧМ не удалось окупить никому из последних пяти стран-организаторов, включая развитые Германию и Японию. Важно, что в России 65% всех инвестиций вкладывается в стратегические проекты, значимые для страны. На одного посетителя футбольных матчей мирового первенства в России было потрачено \$4694, подсчитали аналитики международной консалтинговой компании в области недвижимости CBRE [1].

Федеральное агентство по туризму подвело туристские итоги Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России. Количество туристов и болельщиков, посетивших города-организаторы в период проведения футбольных матчей, составило порядка 6,8 млн. чел., среди которых более 3,4 млн. — иностранцы. Столицу Республики Мордовия посетило более 140 тыс. человек, в том числе более 106 тыс. иностранных туристов. Гостями Саранска стали представители 44 стран мира. Общий турпоток в республику в июне по сравнению с показателем аналогичного периода прошлого года возрос в 17,7 раза, въездной — в 235 раз [3].

Проведение в Республике Мордовия Чемпионата мира по футболу 2018TM стало мощным импульсом для социально-экономического развития региона. К числу ключевых позитивных изменений, которые уже произошли в Саранске и Мордовии благодаря Чемпионату мира

по футболу FIFA 2018™, можно отнести новые и реконструированные объекты городской инфраструктуры. Это и аэропорт, и железнодорожные вокзалы, и улично-дорожная сеть, и новые гостиницы, и, конечно, сам стадион «Мордовия Арена», с появлением которого Саранск фактически получил новый центр города, центр притяжения с особой энергетикой. Данный проект уже сейчас является ориентиром в благоустройстве районов города и республики.

Стадион «Мордовия Арена» стал домашней площадкой для проведения матчей Чемпионата России в Футбольной национальной лиге (второго по рангу футбольного турнира в стране) для футбольного клуба «Мордовия». Стадион является местом притяжения жителей не только города, но и республики и прилегающих областей. Так, после первых 5 проведенных на стадионе «Мордовия Арена» футбольных матчей ФНЛ средняя посещаемость составила 24249 чел., тогда как в среднем в сезоне 2017–2018 гг. стадион «Старт» посещало 7425 чел., т.е. рост посещаемости в 3,27 раза [5].

Существенный экономический эффект ожидается благодаря развитию индустрии гостеприимства и реализации туристских программ. Создание общего позитивного имиджа будет способствовать привлечению новых инвестиций, расширению межрегиональных и международных деловых связей, что в итоге приведет к оживлению экономики. И, наконец, благодаря Чемпионату мира по футболу FIFA 2018™ созданы новые рабочие места для жителей и гостей региона, создается благоприятная среда для проживания в городе и регионе в целом.

Для города численностью 300 тысяч жителей Чемпионат мира по футболу FIFA 2018™ — это действительно масштабный проект. Поэтому в 2015 г. была разработана Концепция наследия по обеспечению эффективного использования в постсоревновательный период спортивных объектов Республики Мордовия. Так, к основным перспективам использования стадиона «Мордовия Арена» можно отнести:

- многофункциональное использование стадиона в качестве площадки для проведения международных соревнований и культурно-массовых мероприятий международного уровня;
- сдача свободных помещений под коммерческие площадки (рестораны, кафе, салоны красоты и другие объекты частного бизнеса);
- развитие детско-юношеского футбольного движения на базе реконструированных и новых спортивных объектов.

В режиме наследия тренировочные площадки будут использоваться по трем основным направлениям:

- здесь будут тренироваться воспитанники Центра подготовки юных футболистов Приволжья;
- они останутся местом тренировок профессиональных футбольных клубов, в частности, футбольного клуба «Мордовия»;
- сюда будут привлекать на сборы футбольные школы из других регионов (Пензы, Ульяновска и др.).

На тренировочных площадках планируется поэтапная замена натурального газона на искусственное покрытие, а также оснащение системой подогрева. Как свидетельствует опыт других городов-организаторов матчей, эксплуатировать футбольное поле с искусственным покрытием можно почти в 7,5 раз интенсивнее, чем поле с естественной травой [6, с. 23].

Номерной фонд гостинично-жилого комплекса «Тавла» будет переоборудован под жилой фонд и реализован на рынке недвижимости. Оборудование и инвентарь, приобретенные для обеспечения работы ГЖК «Тавла» в режиме гостиницы, будут переданы для нужд государственных и муниципальных учреждений Республики Мордовия, включая учреждения спорта, образования, здравоохранения и пр. Гостиница крытого футбольно-легкоатлетического манежа будет использоваться и как база-интернат для спортсменов.

Наличие дополнительного номерного фонда снимет дефицит мест в коллективных средствах размещения, который Саранск систематически испытывает в период проведения в городе деловых, спортивных и культурных мероприятий межрегионального, всероссийского и международного уровней. Кроме того, шесть новых хостелов значительно расширили сегмент низкобюджетного размещения, представленный ранее в Саранске в недостаточной мере, и будут способствовать развитию детского и молодежного туризма.

Таким образом, в рамках наследия Чемпионата мира гостиничный номерной фонд Саранска и Мордовии увеличен примерно на треть. Это соответствует запросам регионального туристского рынка с учетом поступательного роста въездного туристского потока (в 2015–2017 годах наблюдается рост на 10% ежегодно), а также ожидаемого увеличения спроса на туристские поездки по итогам проведения чемпионата.

У Мордовии большой опыт в проведении спортивных мероприятий федерального и международного уровня. Республика в 2016 г. была признана самым спортивным регионом страны. Число жителей, регулярно занимающихся спортом, постоянно растет и достигло 36%. Для любителей здорового образа жизни открыты более 2100 спортивных сооружений. Саранск утвержден в качестве города-организатора зимних российско-китайских молодежных игр в 2018 г.

(5 видов спорта — хоккей, шорт-трек, керлинг, лыжи, фигурное катание).

Во многих странах специально построенные к Чемпионату мира по футболу объекты не находят себе применение в дальнейшем. Особенно это касается больших стадионов и массивных пресс-центров. В связи с этим основными проблемами могут стать:

- долговременный период, при котором окупятся объекты, так как с течением времени еще не окупившиеся объекты будут требовать дополнительных вложений для реконструкции или поддержания соответствующего состояния;
- невостребованность многих объектов из-за ухудшения общего экономического состояния региона и, как следствие, неспособность к проведению различных мероприятий и задействованию объектов наследия Чемпионата мира по футболу 2018.

Таким образом, планирование использования наследия объектов спортивных мероприятий призвано определить степень их жизнеспособности с различных точек зрения. Для того чтобы объекты продолжали функционировать, в них нужно также вкладывать средства. К сожалению, с момента проведения Чемпионатов мира по футболу, многие объекты в разных странах остаются заброшенными. В последнее время остро встает вопрос, как же в дальнейшем будут функционировать объекты и в связи с этим возникает ряд проблем, которые необходимо решать для того чтобы объекты по завершению Чемпионата мира по футболу продолжали свою жизнеспособность и привлекали к себе туристов.

Литература

1. Насколько оправданы высокие затраты на мировой турнир по футболу для экономик разных стран [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/blogs/2016/04/06/636626-zatrati-turnir-futbolu>
2. Наследие крупных спортивных событий как фактор социально-культурного и экономического развития региона: материалы Международной научно-практической конференции (28–29 ноября 2013). — Казань: Поволжская ГАФКСиТ, 2013. — 456 с.
3. Ростуризм подвел туристические итоги Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/15818/>

4. С мячом к нам пришел / Аргументы и факты. — 2018. — № 30. — С. 14.

5. Стадион «Мордовия Арена» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.championat.com/football/_russia1d/2611/stadium/5491.html

6. Фитина Л. Н. О наследии чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года в России: обеспечение эффективного использования тренировочных площадок в постсоревновательный период / Л. Н. Фитина // Чемпионат мира FIFA по футболу — 2018: перспективы ожидания и эффекты наследия спортивного мегасобытия: материалы Международ. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2–4 марта 2017 года / под общ.ред. Н. Б. Серовой; отв. за вып. Д. Ю. Нархов. — Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2017. — 156 с.

Секция 3. СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ

УДК 639.4

Кондратьева Елена Станиславовна
аспирант
ФГБНУ «ТИНРО-центр»
г. Владивосток, Россия

МОНИТОРИНГ ТЕМПЕРАТУРНО-СОЛЕННОСТНОГО РЕЖИМА В БУХТАХ ЗАЛИВА ПЕТРА ВЕЛИКОГО (ЯПОНСКОЕ МОРЕ) В АСПЕКТЕ ИХ ПРИГОДНОСТИ ДЛЯ КУЛЬТИВИРОВАНИЯ ДВУСТВОРЧАТЫХ МОЛЛЮСКОВ

Залив Петра Великого является аквакультурной зоной с многочисленными хозяйствами, занимающимися выращиванием гидробионтов, в том числе двустворчатых моллюсков. Одними из самых важных факторов выбора акваторий для культивирования этих организмов являются температура и соленость водной среды.

Цель настоящей работы состояла в изучении изменений температуры и солености воды в двух бухтах залива Петра Великого применительно к оценке эффективности культивирования в них трех коммерчески ценных видов моллюсков: приморского гребешка (*Mizuhopecten yessoensis* Jay, 1857), тихоокеанской мидии (*Mytilus trossulus* Gould, 1850) и тихоокеанской устрицы (*Magallana (Crassostrea) gigas* Thunberg, 1793).

Исследования проводили с мая по август 2017 г. в северо-восточной части бухты Троицы (залив Посьета) и на центральном участке бухты Воевода (Амурский залив, о. Русский) (рисунок 1).

В исследуемых районах осуществляли регулярные гидрологические съемки для определения температуры и солености с использованием гидрологического зонда ASTD102 «JPE Advantech».

Полученные данные обрабатывали с применением приложения MS Excel.

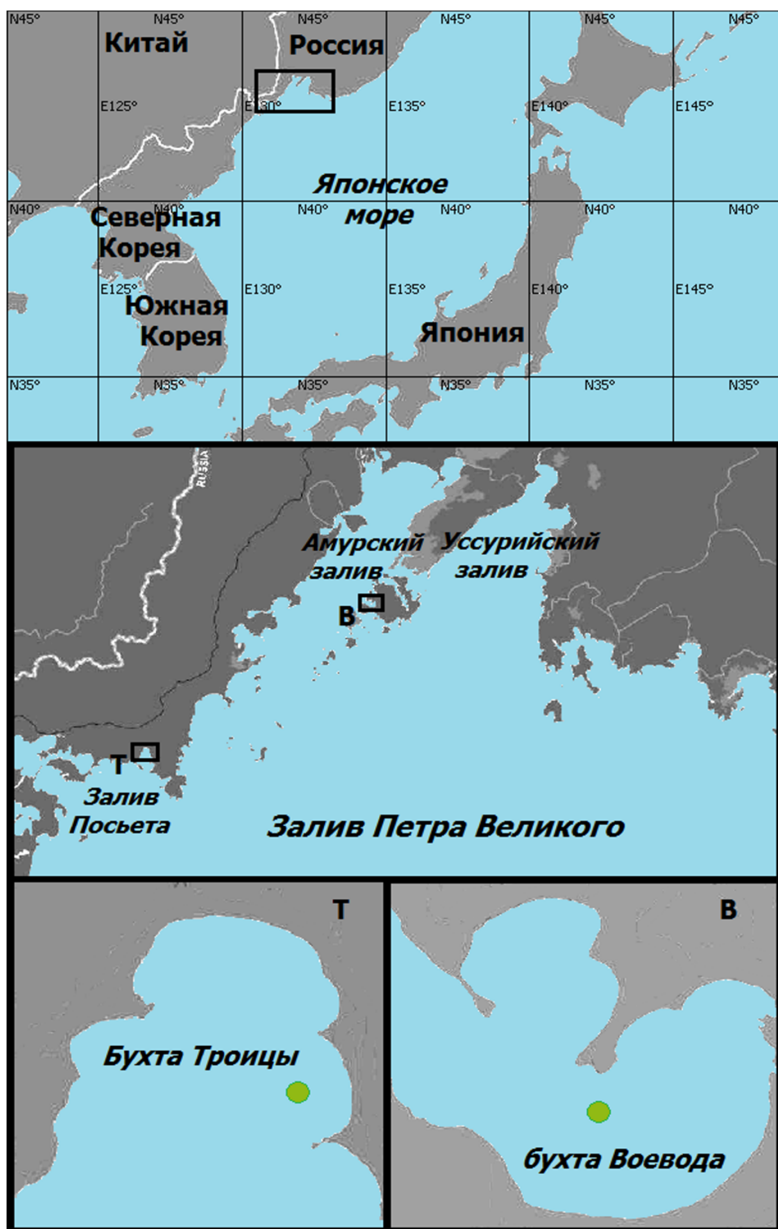


Рис. 1. Карта-схема расположения исследуемых районов в б. Воевода (В) и б. Троицы (Т)

Результаты

В 2017 году в период с начала мая до начала июля наблюдалось плавное возрастание температуры воды на исследуемых участках в поверхностном и придонном горизонтах. К концу мая температура воды у поверхности составляла $\sim 12,4$ °С как в б. Троицы, так и в б. Воевода; в начале июля в б. Троицы она достигла отметки $22,4$ °С, а в б. Воевода — $19,1$ °С. Температуры придонного слоя в конце мая составили, соответственно $7,4$ °С и $9,1$ °С, а в начале июля — $15,3$ °С и $16,5$ °С. В начале второй декады июля в б. Воевода у поверхности зарегистрировано снижение температуры воды до $17,5$ °С и у дна — до $13,7$ °С, с последующим повышением через неделю до $21,3$ °С и $19,4$ °С, соответственно. Максимально на данной акватории вода в поверхностном слое прогрелась в начале августа — до $24,4$ °С, в придонном слое максимум наблюдался в конце августа — $22,7$ °С. В б. Троицы температурные скачки зарегистрированы не были, максимальные температуры отмечены в конце июля — $24,1$ °С — у поверхности и в середине августа — $22,01$ °С — у дна. (рисунок 2).

Согласно инструкциям по культивированию двусторчатых моллюсков и другим литературным данным [1, с. 8; 2, с. 50–51], в летний период 2017 г. в исследуемых бухтах наблюдался температурный режим, благоприятный для культивирования приморского гребешка (температура не выше 25 °С) и тихоокеанской устрицы (оптимальные температуры 18 – 24 °С). Относительно тихоокеанской мидии — можно

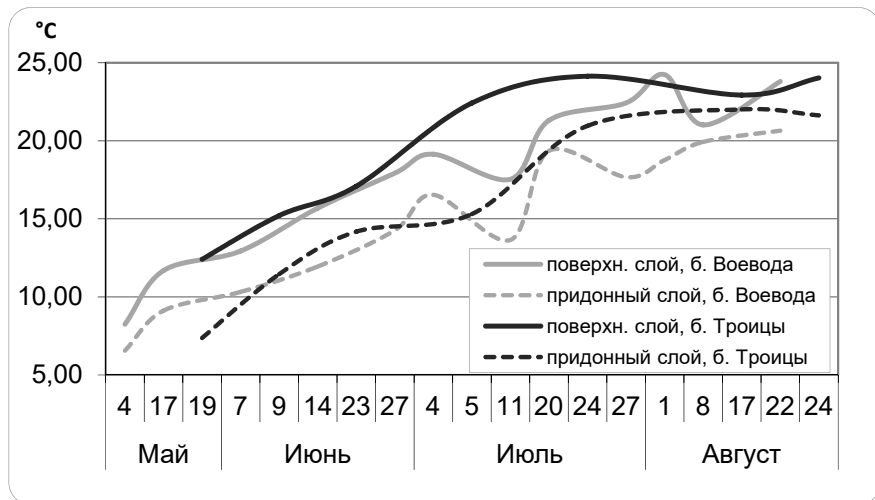


Рис. 2. Изменения температуры воды на полигонах в летний период 2017 г.

предположить, что в период максимальных температур (более длительный в б. Троицы) как в одном, так и в другом районе рост этого моллюска сдерживался (оптимальные температуры для культивирования данного вида — 10–18 °С, максимально допустимые — 22 С [3, с. 4]), что может негативно сказаться на скорости получения товарной продукции.

Уровень солености в бухте Троицы в течение всего периода наблюдений в 2017 г. оставался относительно стабильным, изменяясь в пределах от 33,7‰ до 30,8‰ у поверхности, и от 33,2‰ до 32,3‰ — у дна. В придонном слое бухты Воевода также не было значительных изменений, диапазон колебаний солености здесь составил от 33,5‰ до 32,4‰ (рисунок 3). В поверхностных водных массах данной бухты соленость изменялась более резко, нередко её колебания превышали 2‰ в течение недели, единожды наблюдался скачок на 5‰ за 2 недели. Существенное опреснение было зарегистрировано здесь в начале августа, когда показатель солености поверхностных вод снизился до 28,3‰, что обусловлено большим количеством осадков и увеличившимся в результате стоком рек, вызванным проходившим в июле над южной частью Приморья циклоном. Продолжительные ливни прошли с 18 по 21 июля, значительные дожди наблюдались также 25 и 28 июля [4, с. 1]. К концу первой декады августа уровень солености практически вернулся к норме — более 31‰. Однако, еще более резкое снижение солености в поверхностном слое — до 25,3‰ — наблюдалось в начале третьей декады августа после прошедших 10, 17

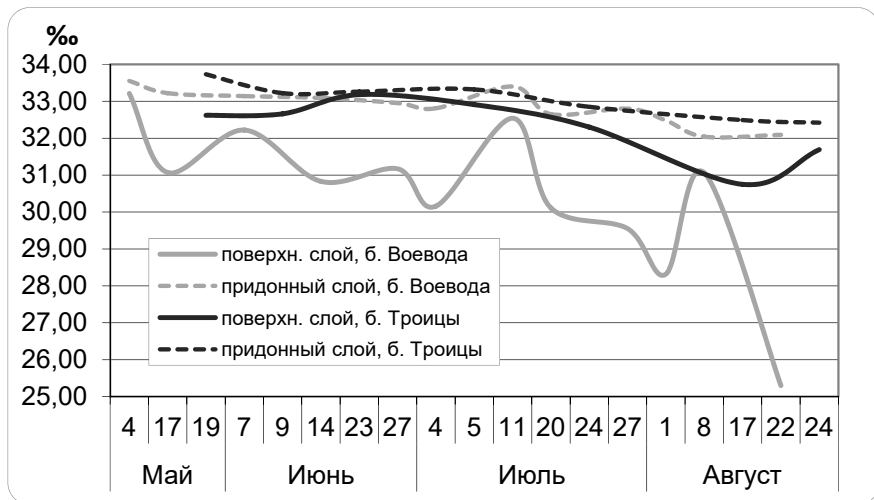


Рис. 3. Изменение солености на полигонах в летний период 2017 г.

и 21 августа ливневых дождей [4, с. 1]. В это же время минимальная за летний сезон соленость зарегистрирована и в поверхностных водах бухты Троицы — 30,8‰ (рисунок 3).

Анализ данных показывает, что уровень солености воды на обследованных участках в летний период 2017 г. был удовлетворительным для выращивания тихоокеанской устрицы (18–33‰) и тихоокеанской мидии (27–33‰) [3, с. 4; 5, с. 4]. Для культивирования приморского гребешка, которому необходима соленость не ниже 32‰ [1, с. 8], в бухте Троицы в период исследований ее уровень был близок к нормативному. Что касается бухты Воевода, то здесь в отдельные периоды летнего сезона 2017 г. этот параметр достигал неблагоприятных для гребешка значений. Сотрудники марихозяйств сообщали о массовой гибели годовиков и сеголетков этого вида в конце июля — августе, что совпадает по времени с зарегистрированным понижением солености. Однако, не следует рассматривать значительное опреснение воды в качестве единственной, и, тем более, основной причины повышенной смертности моллюсков, поскольку молодь гребешка все же способна переносить кратковременное понижение солености [6, с. 126]. Нельзя не учитывать такой факт, как присутствие в воде большого количества крупной взвеси (принесенной в бухту после осадков со стоком рек), которая может забивать жабры молодых особей и препятствовать полноценному дыханию. Также, согласно наблюдениям Ляшенко [7, с. 586], спат гребешка размером до 15 мм, открепляясь, скапливается на дне коллекторов небольшими агрегациями, травмируя мягкие ткани соседних особей острыми краями створок раковин. Перечисленные явления непосредственным образом влияют на выживаемость молоди гребешка.

Таким образом, наблюдавшиеся в период исследований 2017 г. температурный режим и показатели солености во внутренней части б. Воевода являются наиболее благоприятными для выращивания **тихоокеанской устрицы** (*Magallana (Crassostrea) gigas*) и удовлетворительными для культивирования **тихоокеанской мидии** (*Mytilus trossulus*). Однако, существенное влияние ливневых дождей (нередких для южного побережья Приморского края в конце лета) на состояние водной среды в пределах бухты в совокупности с другими факторами, может не лучшим образом сказываться на выживаемости **приморского гребешка** (*Mizuhopecten yessoensis*), весьма чувствительного к перепадам солености и загрязнению воды. В северной части б. Троицы для **гребешка** и **устрицы** не было выявлено значительных отклонений температуры и солености от нормативных показателей, для **мидии** в течении значительного периода времени регистрировалась температура, превышающая благоприятную.

Литература

1. Инструкция по технологии садкового и донного культивирования приморского гребешка / Сост. А. В. Кучерявенко, А. П. Жук — Владивосток: ТИПРО-Центр, 2011а. — 45 с.
2. Раков В. А. Экология промысловых донных беспозвоночных в морских лагунах, эстуариях и мелководных бухтах залива Петра Великого / В. А. Раков // Тез. Докл. III Съезда Советских океанологов, секция «Биология океана». — Ч. 3. — Л.: Гидрометиздат, 1987. — С. 49–51.
3. Инструкция по технологии культивирования тихоокеанской мидии / Сост. А. В. Кучерявенко, А. П. Жук — Владивосток: ТИПРО-Центр, 2011б. — 27 с.
4. Архив погоды Rp5 во Владивостоке [Электронный ресурс]. — режим доступа: https://rp5.ru/Архив_погоды_во_Владивостоке — (Дата обращения: 22.12.2017).
5. Инструкция по технологии культивирования тихоокеанской устрицы / Сост. А. В. Кучерявенко, А. П. Жук — Владивосток: ТИПРО-Центр, 2011в. — 27 с.
6. Чан Г. М. Изучение устойчивости спата приморского гребешка к понижению солености воды / Г. М. Чан // Сб. тез. Всесоюз. конф. Научно-технические проблемы марикультуры в стране. — Владивосток, 1989. — С. 126–127.
7. Ляшенко С. А. Сравнительная оценка эффективности коллекторного сбора спата приморского гребешка *Mizuhopecten yessoensis* (Jay, 1857) в различных районах прибрежной зоны Приморского края / С. А. Ляшенко // Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 80-летию ФГУП «КамчатНИРО», 26–27 сентября 2012 г. «Водные биологические ресурсы северной части Тихого океана: состояние, мониторинг, управление» — Петропавловск-Камчатский, 2012. — С. 581–589.

Секция 4. СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Никулин Игорь Олегович
*кандидат филологических наук,
доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия*

ПОЛИСЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

«Promotion» обозначает продвижение товара. Этот термин был введен Н. Борденом. Данное определение стало использоваться в качестве одного из четырех основных (или как их принято называть «базовых») инструментов в управлении. Конкретнее — управление спросом и механизмом реализации. Исследователи считают, что периодом появления продвижения возможно назвать 60-е годы прошлого века. В «старый свет» оно вошло через десять-пятнадцать лет после возникновения. В российской практике внедрение относят только к середине или даже конце последнего десятилетия XX века.

Изначальной сферой его бытования была политическая сфера. Конкретнее, при проведении процедур предвыборных кампаний. Другое направление — сфера услуг, прежде всего, туризм, шоу-бизнес и сервисное обслуживание. Категорийная база в области производства товаров пополнилась термином «promotion» в сегодняшнее время.

Считается, что продвижение товара — «это есть любая форма сообщений, используемых организацией для сообщения, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности и их влияния на общество» [3, с. 25].

В специализированных источниках (особенно экономического толка) выявляется несколько подходов к понятийному наполнению слова «promotion».

Большая первая группа ученых считает, что продвижение товара — это совокупность навыков и умений, которые позволяют достигать

желаемых поведенческих актов от потребителей. По этому поводу теоретики определяют «promotion» как объединение специально распределенных методов, инструментов и механизмов воздействия на потребителей. Но здесь не отмечаются цели при таком воздействии, и не производится оценка, которая подразумевает, что определенным влиянием обладает то, что коррелирует с именем фирмы, ее товарами и услугами. Высказываются и такие суждения, что «promotion» — это качественное умение и навыки организации/компании коммуницировать со своими адресантами.

Но чаще «promotion» трактуется как объединение различного рода деятельности по посылу сообщения, касающегося достоинств продукта до потенциального потребителя, убеждая и стимулируя у него желание приобрести продукт.

При всем этом данная трактовка не предоставляет прямого понимания экономической сути продвижения товара и поэтому его нельзя считать полноценным. Наряду с этим, вышеприведенные суждения делают акцент на объекте воздействия, т.е. покупателе. Но целевой аудиторией, на которую направлено promotion, могут являться люди в различных ролях при принятии решений о приобретении товара или использовании услуги. В связи с этим грамотнее употреблять термин «представители потенциальной аудитории», а не «покупатель», «потребитель» и др.

Для другой группы ученых продвижением является форма сообщений, используемая организацией как сообщение, убеждение, или напоминание представителям потенциальной аудитории о товарах/услугах. Данная трактовка связана с целями, объектом и субъектом promotion, а по смысловой нагрузке приравнивает продвижение к маркетинговыми коммуникациями.

Вместе с этим отметим, что продвижение товара в российской науке был описано В. Е. Демидовым, использовавшим термин «ФОССТИС» (Формирование Спроса и Стимулирование Сбыта). В системе объединялись меры, которые способствовали и стимулировали покупателя к покупке-тесту и стимулировали повторно совершить ее.

Сегодня объединение форм продвижения называют совершенно разными, порой не близкими, понятиями. У одних ученых возможно встретить дефиницию «promotion-mix», у кого-то — «communication-mix» (коммуникационная смесь), других — продвижение-микс, комплекс promotion, комплекс marketing communications, коммуникационный набор, коммуникационный микс.

Е. Н. Голубкова предлагает трактовать совокупность мероприятий по promotion «коммуникационными кампаниями» [1, с. 15]. Это довольно

четко подводит итог в планировании/организации информационного продвижения в обобщенном виде. Возможно применять также дефиницию «коммуникационные программы», которую в научный оборот было введено Т. В. Данько, относительно мероприятий, связанных с продвижением, еще информационно не дошедших до аудитории.

Базой коммуникационного мероприятия является обращение-продвижение как практически полностью или целиком завершенная система (аудиальные, визуальные, кинестетические символы) подающаяся целевой аудитории посредством promotion-инструментария. Promotion-концепция — это обращение, единообразное во всех формах продвижения при проводимой одной временной, концептуальной кампании-продвижении.

Несмотря на тот факт, что многие исследователи подтверждают коммуникационную природу продвижения, есть и те, у которых иной взгляд.

Так Ф. Котлер рассматривает promotion «как управление процессом движения объекта на всех этапах — перед продажей, в момент покупки, во время и по завершении процесса потребления» [2, с. 121].

Данное понимание подводит к дефиниционному разладу. Обобщение понятий позволяет пояснять promotion в виде совокупности актов по реализации связи с потенциальной аудиторией, механизмирующих реализации объекта на рынке.

С одной стороны, promotion для предприятия — это рычаг управления рынком, точнее — управление потребительским поведением. Здесь финансовая суть завязана с термином «товар». Прежде чем товар сможет стать ценностью, ради которого потребитель готов осуществить равнозначный обмен, он должен доказать присутствие потребительской стоимости, для чего и нужно продвижение.

Обозначим, что современное представление объекта как функциональности, поданной посредством выбранной технологии, и подкрепленной в виде гибкой ценовой стратегии, решений товарной и сбытовой политики и грамотным продвижением, делает продвижение элементом стоимости, а также итогом производственных отношений. Оценка продукта/услуги потребителями проходит не только по эстетическим, техническим, эргономическим и другим классическим потребительским параметрам, но и по имиджевым характеристикам, рождающимся в большей степени при продвижении.

В итоге, promotion подвигает к приобретению нематериальных составляющих имущественного комплекса, которые имеют денежную оценку: постоянные деловые связи, положение на рынке, репутация, клиентура, объединенных понятием — «goodwill».

Стоит отметить и то, что функциональное продвижение включает в себя несколько подфункций. Они находятся в неразрывном взаимодействии.

Подфункции продвижения:



Продвижение — это внутрикорпоративное управление и к нему необходимо также применять management управления с целью повышения действенности. Здесь необходим и учет того мнения и факта, что потребитель — движущая сила. Понятно, что в некоторых случаях создание умозрительной оболочки продукции — это не меньшие затраты по сравнению с изготовлением его физической основы. Поэтому компании останавливаются на продвижении как на источнике с конкурентными плюсами, как главное орудие в конкурентной борьбе, тем более, если это касается площадей реализации, находящихся близко к насыщению.

Следовательно, отметим, что от степени и качества управления promotion зависит действенность хозяйственной деятельности компании.

Литература

1. Голубкова Е. Н. Маркетинговые коммуникации. М., 2000. — 60 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — М.: «Бизнес-книга», «ИМА — Кросс. Плюс», 2006. — 944 с.
3. Темнышова, Е. П. Международный менеджмент: учеб. для бакалавров / Е. П. Темнышова [и др.]. — М.: Юрайт, 2015. — 456 с.

Секция 5. ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

Закирничная Марина Михайловна
*доктор технических наук, заведующая кафедрой АТПП
Уфимский государственный нефтяной технический университет
г. Уфа, Россия*

Булатов Булат Рафисович
*магистрант кафедры АТПП
Уфимский государственный нефтяной технический университет
г. Уфа, Россия*

МЕТОДОЛОГИЯ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ НАСОСНО-КОМПРЕССОРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ОСНОВ ДЕТЕРМИНИРОВАННОГО ХАОСА

Идентификация дефектов при анализе спектральных вибрационных сигналов чаще всего невозможна в силу существования и развития в сигнале сразу нескольких дефектов. В качестве дополнительного критерия для определения конкретного типа дефекта используется анализ форм волны параметров вибрации, однако и здесь выявление характерных сигналов бывает затруднено из-за наличия в сигнале «посторонних» составляющих других дефектов или шума [1; 2].

При мониторинге технического состояния оборудования на предприятиях основным параметром для анализа является общий уровень вибрации, превышение которым допустимых пределов является сигналом для принятия соответствующих мер. Однако часто на практике встречаются такие случаи, когда, несмотря на общий уровень вибрации, вызываемый определенным дефектом, в агрегате развивается другой дефект, чье влияние на общий уровень вибрации поначалу незначительно, но через некоторое время скорость развития дефекта начинает расти с экспоненциальной зависимостью, что в конечном

итоге сказывается и на уровне вибрации. В таких случаях при естественном реагировании сигнализации системы мониторинга иногда бывает поздно предотвратить аварийную ситуацию [3; 4].

Поэтому возникает необходимость в разработке дополнительных методов анализа вибросигналов, не зависящих от типа агрегата и условий его работы и позволяющих более качественно оценивать информацию, получаемую в результате замеров вибрационных параметров дефектных агрегатов. Помимо общего уровня вибрации требуется дополнительный критерий оценки общего состояния оборудования, который отражал бы в себе состояние вибрационного сигнала. На основании литературных данных выявлена возможность применения в разработке новых методов некоторых элементов теории детерминированного хаоса. Хаотические процессы в детерминированных нелинейных системах — одна из фундаментальных проблем современного естествознания [4].

Понятие детерминированность подразумевает однозначную взаимосвязь причины и следствия. Если задано некоторое начальное состояние системы при $t = t_0$, то оно однозначно определяет состояние системы в любой момент времени $t > t_0$. Например, если тело движется равноускоренно, то его скорость определяется детерминированным законом:

$$u(t) = u(t_0) + at$$

При задании начальной скорости $u(t_0)$ однозначно определяется значение скорости $u(t)$ в любой момент времени $t > t_0$.

Каждый раз траектория движения тела будет сложной, непериодической; любая попытка однозначного повторения опыта приведет к отрицательному результату. Под хаосом подразумевается, что изменение во времени состояния системы является случайным (его нельзя однозначно предсказать) и не воспроизводимым (процесс нельзя повторить). Из описания терминов детерминизм и хаос следует, что эти два понятия прямо противоположны по смыслу. Детерминизм ассоциируется с полной предсказуемостью и воспроизводимостью, хаос — с полной непредсказуемостью и невозможностью воспроизведения [5].

Предыдущими исследованиями было доказано, что для оценки технического состояния насосно-компрессорного оборудования возможно применение метода реконструированных фазовых портретов с использованием теории детерминированного хаоса.

В [6] предложен метод оценки технического состояния с использованием качественного и количественного анализа структур реконструированных ФП построенных на основе форм волны вибросигналов НКО. Составлены фазовые портреты «элементарных» вибросигналов

без опоры на какую-либо эмпирическую модель, по которым в дальнейшем при сравнительном анализе с фазовыми портретами реальных вибросигналов определялся характер дефектов, обнаруживаемых в вибрации НКО.

В [7] был определен алгоритм для построения реконструированных фазовых портретов, характеризующих динамическое поведение центробежных насосных агрегатов непосредственно из самой амплитудно-временной характеристики вибросигналов и предложен метод построения элементарных сигналов и их фазовых портретов.

В [8] было установлено, что в вибрационном сигнале в зависимости от характера развивающихся дефектов присутствуют помимо гармонических сигналов и другие типы «элементарных» сигналов, а именно импульсные сигналы, затухающие сигналы, модуляционные сигналы и так далее, которые зачастую очень сложно определить при анализе спектра. Каждый из данных сигналов имеет свой фазовый портрет, в корне отличный по своей структуре от фазовых портретов других «элементарных» сигналов.

Фазовый портрет представляет собой совокупность различных фазовых траекторий, которая характеризует состояние и движение динамической системы. Каждая точка фазовой плоскости отражает одно состояние системы и называется фазовой, изображающей или представляющей точкой. Изменение состояния системы отображается на фазовой плоскости движением этой точки. След от движения изображающей точки называется фазовой траекторией. Через каждую

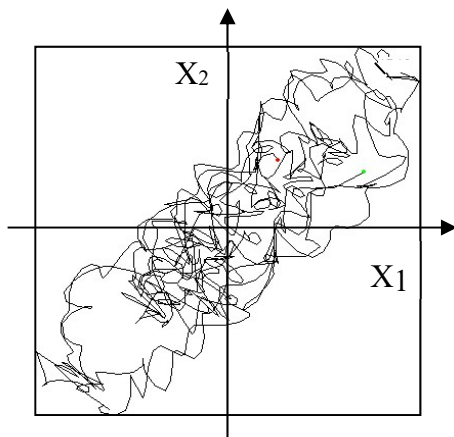



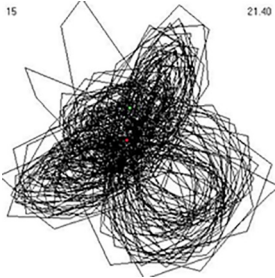
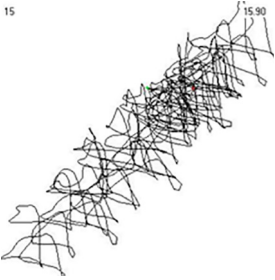

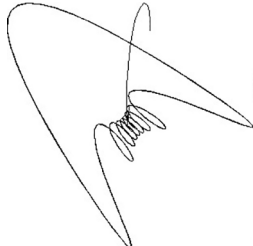


Рис. 1. Фазовый портрет вибрационного сигнала

Характерные фазовые портреты распространенных неисправностей [6]

Тип неисправности	Вид фазового портрета в развитии	
Дисбаланс	 <p>15 18.03</p>	 <p>15 23.69</p>
Расцентровка	 <p>15 21.63</p>	 <p>15 21.40</p>
Потеря жесткости опор	 <p>15 15.90</p>	 <p>15 14.65</p>
Дефект сепаратора подшипника		

точку фазовой плоскости проходит лишь одна фазовая траектория, за исключением особых точек. Фазовые траектории позволяют увидеть всю совокупность движений, которые могут возникнуть при всевозможных начальных условиях. Если переменных две, то одну из них можно принять за X_1 а другую за X_2 и получить зависимость одной величины от другой, в декартовых координатах. Это называется фазовым портретом системы в фазовом пространстве (рисунок 1).

В вибрационном сигнале в зависимости от характера развивающихся неисправностей присутствуют помимо гармонических сигналов и другие типы «элементарных» сигналов, а именно импульсные сигналы, затухающие сигналы, модуляционные сигналы и так далее, которые зачастую очень сложно определить при анализе спектра. Как было определено в [6], каждый из сигналов имеет свой фазовый портрет, в корне отличный по своей структуре от фазовых портретов других «элементарных» сигналов, т.е. каждая из неисправностей насосных агрегатов имеет характерный фазовый портрет (таблица 1).

В [9] при изучении искусственных сигналов было установлено, что в качестве характеристик степени развития неисправностей насосного агрегата может служить размерность реализации и площадь фазового портрета, позволяющие оценить техническое состояние насосного агрегата по шкале, принятой службой вибродиагностики. Поэтому в настоящее время создается база данных для программного комплекса, позволяющего в автоматическом режиме определять состояние НКО, согласно шкале методических рекомендаций по проведению диагностических виброизмерений центробежных компрессорных машин и центробежных насосных агрегатов на основе амплитудно-временной характеристики вибросигналов с дополнительным учетом размерности реализации фазовых портретов.

Литература

1. Ширман А. Р., Соловьев А. Б. Практическая вибродиагностика и мониторинг состояния механического оборудования. — М., 1996. — С. 5–276.
2. Закирничная М. М. Применение теории вейвлетов и детерминированного хаоса для анализа технического состояния насосных агрегатов консольного типа: монография / М. М. Закирничная Д. С. Солодовников, Д. В. Корнишин, М. И. Власов; под ред. И. Р. Кузеева, — Уфа: Изд-во УГНТУ, 2002. — 95 с.

3. Балицкий Ф. Я., Генкин М. Д., Иванова М. А., и др. Современные методы и средства вибрационной диагностики машин и конструкций / Научно-технический прогресс в машиностроении. — М.: МЦНТИ и ИМАШ РАН, 1990. — Вып. 25. — С. 5–116.
4. Закирничная М. М., Корнишин Д. В. Критерии оценки технического состояния центробежного насосного оборудования с применением трехмерного вейвлет-анализа / Нефтегазовое дело, 2015. — том 13. — № 2. — С. 151–156.
5. Кузеев И. Р., Закирничная М. М., Сабуров В. К., Нафиков А. Ф. Вибродиагностика оборудования с использованием основ детерминированного хаоса / Контроль. Диагностика. — 2004. — № 12. — С. 16–23.
6. Солодовников Д. С. Вейвлеты и детерминированный хаос при анализе вибросигналов центробежно-компрессорных агрегатов / Диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук. — Уфа: УГНТУ, 2000. — с. 146.
7. Нафиков А. Ф. Выявление дефектов подшипников качения с использованием метода фазовых портретов при вибродиагностике насосных агрегатов / Диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук. — Уфа: УГНТУ, 2004. — с. 75.
8. Сабуров. В. К. Изменение фазовых портретов в насосных агрегатах в процессе накопления дефектов / Диссертация на соискание степени магистра. — Уфа: УГНТУ, 2003.
9. Херувимов Д. В. Применение теории детерминированного хаоса для анализа технического состояния насосно-компрессорного оборудования / Диссертация на соискание степени магистра — Уфа: УГНТУ, 2014. — с. 75.

Лапкина Инна Александровна

*доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой
управления логистическими системами и проектами
Одесский национальный морской университет
г. Одесса, Украина*

Малаксиано Николай Александрович

*кандидат физико-математических наук, доцент кафедры
управления логистическими системами и проектами
Одесский национальный морской университет
г. Одесса, Украина*

ОБОСНОВАНИЕ СРОКОВ ЗАМЕНЫ СТАРОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА ОБОРУДОВАНИЕ НОВОГО ТИПА С УЧЕТОМ ФАКТОРА НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Физический износ оборудования может быть вызван стиранием деталей, усталостью и окислением материалов, а также другими причинами. Увеличение физического износа проявляется в возрастании количества поломок и росте уровня операционных расходов на оборудование. Вместе с тем, зачастую целесообразность замены оборудования связана и с моральным износом, который обусловлен появлением на рынке более эффективных или более дешевых аналогов данного оборудования. Во многих случаях целесообразность обновления оборудования определяется не каким-то одним фактором, а совокупным влиянием физического и морального износа, а также уровнем устойчивости показателей эффективности эксплуатации оборудования. В работах [1; 2] исследованы вопросы устойчивого функционирования транспортных систем в условиях неравномерного грузопотока и обоснование выбора оптимальной структуры парка оборудования. Вопросы определения оптимальных сроков ремонтов сложного портового оборудования изучены в [3; 4]. В [5] исследовались вопросы определения оптимальных сроков службы оборудования с учетом возможности его реставрации. В работах [6–9] исследовались оптимальные сроки замены оборудования в условиях неопределенно-

сти. В [10] предложено использовать многокритериальные оценки для уменьшения рисков при планировании ремонтов и замен сложного портового оборудования, функционирующего в условиях не полностью определенного грузопотока.

Рассмотрим вопрос оценки показателей эффективности при замене старого оборудования на более совершенное оборудование нового типа с сопоставимой производительностью. Введем следующие обозначения: A_o — стоимость покупки и монтажа оборудования старого типа, дол.; A_n — стоимость покупки и монтажа оборудования нового типа, дол.; $c_o(t)$ — средняя интенсивность операционных расходов на оборудовании старого типа после его эксплуатации в течение t лет, дол./год; $c_n(t)$ — средняя интенсивность операционных расходов на оборудовании нового типа после его эксплуатации в течение t лет, дол./год; $S_o(t)$ — стоимость демонтажа и продажи оборудования старого типа после его эксплуатации в течение t лет, дол.; $S_n(t)$ — стоимость демонтажа и продажи оборудования нового типа после его эксплуатации в течение t лет, дол.; T_o — время, в течение которого планируется использовать оборудование старого типа, лет; T_n — время, в течение которого планируется использовать оборудование нового типа, лет.

Для сравнения эффективности работы оборудования используем показатель EAC (Equivalent Annual Cost) [8]. Проанализируем временной интервал, состоящий из двух полных циклов использования оборудования. Планируется в течении первого цикла длительностью T_o лет использовать оборудование старого типа. Затем на протяжении второго цикла длительностью T_n лет планируется использовать оборудование нового типа. Значение EAC для этих двух циклов равно [8]

$$EAC_{on}(T_o, T_n) = \left[A_o + S_o(T_o) \cdot e^{-r \cdot T_o} + \int_0^{T_o} c_o(\tau) \cdot e^{-r \cdot \tau} d\tau + \right. \\ \left. + \left(A_n + S_n(T_n) \cdot e^{-r \cdot T_n} + \int_0^{T_n} c_n(\tau) \cdot e^{-r \cdot \tau} d\tau \right) \cdot e^{-r \cdot T_o} \right] \cdot \frac{e^r - 1}{1 - e^{-r \cdot (T_o + T_n)}}. \quad (1)$$

Таким образом, значение EAC для двух полных циклов использования оборудования старого и нового типа является функцией переменных T_o и T_n . Значения $T_o = T_o^{**}$ и $T_n = T_n^{**}$, при которых выражение (1) достигает своего минимума, можно считать оптимальными сроками службы оборудования при переходе от оборудования старого типа на новое оборудование. На рис. 1 представлена поверхность изменения значений EAC в зависимости от времени использования контейнерных перегружателей старого и нового типа [8].

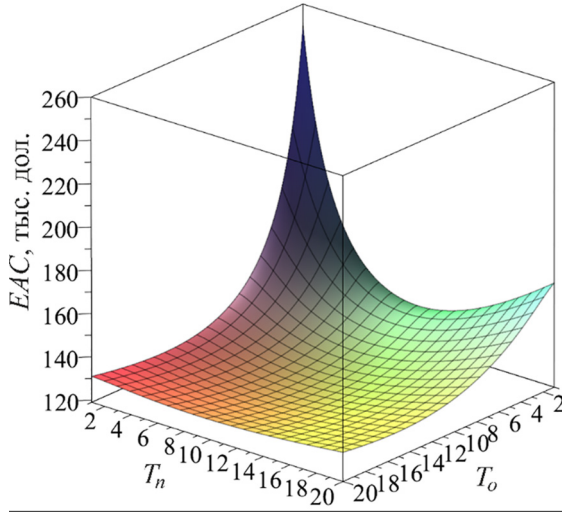
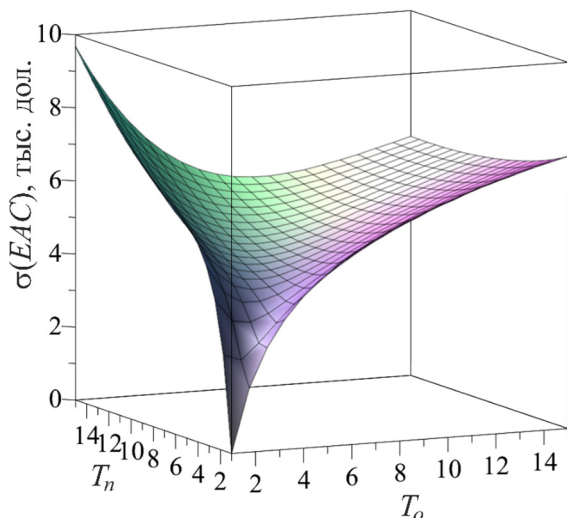


Рис. 1. Изменения значений $EAC_{on}(T_o, T_n)$

В связи с воздействием различных случайных факторов по мере старения оборудования возможны существенные колебания значений операционных расходов на оборудование. Поэтому имеет смысл описывать динамику изменения интенсивностей операционных расходов на оборудование с помощью случайных процессов $c_o(t, \omega)$ и $c_n(t, \omega)$, где $\omega \in \Omega$, а (Ω, A, P) — вероятностное пространство. Причем математические ожидания этих случайных процессов соответственно равны $c_o(t) = E(c_o(t, \omega))$ и $c_n(t) = E(c_n(t, \omega))$. Показатель среднеквадратического отклонения равен

$$\sigma^2(EAC_{on}(T_o, T_n, \omega)) = \left(\frac{e^r - 1}{1 - e^{-r \cdot (T_o + T_n)}} \right)^2 \cdot \left[\int_0^{T_o} \int_0^{T_o} K_o(t_1, t_2) \cdot e^{-r \cdot (t_1 + t_2)} dt_1 dt_2 + \right. \\ \left. + e^{-2 \cdot r \cdot T_o} \cdot \int_0^{T_n} \int_0^{T_n} K_n(t_1, t_2) \cdot e^{-r \cdot (t_1 + t_2)} dt_1 dt_2 \right], \quad (2)$$

где $K_o(t_1, t_2)$ и $K_n(t_1, t_2)$ — ковариационные функции случайных процессов $c_o(t, \omega)$ и $c_n(t, \omega)$ [8]. На рис. 2 представлен график изменения среднеквадратического отклонения значений EAC в зависимости от сроков замены оборудования.

Рис. 2. График функции $\sigma(EAC_{on}(T_o, T_n, \omega))$

Сопоставляя рис. 1 и рис. 2, можно видеть, что значения T_o и T_n , оптимальные с точки зрения среднего EAC , не будут соответствовать минимальным значениям среднеквадратических отклонений EAC . Поэтому, для того, чтобы обосновать такой выбор сроков замен оборудования, при котором достигался бы баланс между минимальностью и устойчивостью значений EAC , нужно исследовать соответствующие задачи многокритериальной оптимизации.

Литература

1. Lapkina I. O. Optimization of the structure of sea port equipment fleet under unbalanced load / I. O. Lapkina, M. O. Malaksiano, M. O. Malaksiano // Actual Problems of Economics. — 2016. — Vol. 9, Issue 183. — P. 364–371.
2. Lapkina I. O. Modelling and optimization of perishable cargo delivery system through Odesa port / I. O. Lapkina, M. O. Malaksiano // Actual Problems of Economics. — 2016. — Vol. 3, Issue 177. — P. 353–365.
3. Малаксиано Н. А. Об оптимальных сроках ремонтов сложного портового оборудования / Н. А. Малаксиано // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка. — 2012. № 6, — Вип. 3. — С. 186–195.

4. Malaksiano N. On the optimal repairs and retirement terms planning for complex port equipment when forecast level of employment is uncertain / N. Malaksiano // Economic cybernetics. — 2012. — № 4–6 (76–78). — P. 49–56.

5. Malaksiano N.A. On the stability of economic indicators of complex port equipment usage / N.A. Malaksiano // Actual Problems of Economics. — 2012. — Vol. 12, Issue 138. — P. 226–233.

6. Lapkina I. Estimation of fluctuations in the performance indicators of equipment that operates under conditions of unstable loading / I. Lapkina, M. Malaksiano // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. — 2018. Vol. 1. — Issue 3(91). — P. 22–29.

7. Nguyen T.P. K Optimal maintenance and replacement decisions under technological change with consideration of spare parts inventories / T. P. K Nguyen, T.G. Yeung, B. Castanier // International Journal of Production Economics. — 2013. — Vol. 143, Issue 2. — P. 472–477.

8. Lapkina I. Elaboration of the equipment replacement terms taking into account wear and tear and obsolescence / I. Lapkina, M. Malaksiano // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. — 2018. — Vol. 3, No. 3 (93). — P. 30–39.

9. Лапкина И. А. О повышении устойчивости показателей эффективности при планировании сроков обновления сложного оборудования / И. А. Лапкина, Н. А. Малаксиано // Вісник ОНМУ: Зб. наук. праць. — Одеса: ОНМУ, 2018. № 1, — Вип. 54. — С. 207–217.

10. Малаксиано Н. А. Использование многокритериальных оценок для уменьшения рисков при планировании ремонтов и замен сложного портового оборудования, функционирующего в условиях неполностью определенного грузопотока / Н. А. Малаксиано // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем: зб. наук. праць. ОНМУ. — 2013. — № 1 (20). — С. 7–27.

Секція 6. ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Жарчінська Ольга Олександрівна
студентка кафедри теорії, практики
та перекладу англійської мови
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна

ФУНКЦІЇ СЛЕНГУ В АМЕРИКАНСЬКОМУ РОМАНІ ЧАКА ПАЛАНІКА «БІЙЦІВСЬКИЙ КЛУБ»

На сучасному етапі розвитку наукової думки все більшого значення та уваги набуває поняття «сленг», яке приваблює науковців своєю виразністю та метафоричністю. Дослідники завжди проявляли інтерес до ненормативної лексики, і проблематика сленгової лексики є предметом постійного наукового пошуку.

Основні положення теорії сленгу відображено в роботах Е. Партріджа, Дж. Хоттена, М. В. Арапова, І. Р. Гальперіна, М. М. Маковського, В. А. Хомякова, О. М. Теплої та багатьох інших.

Чак Паланик є відомим американським письменником, який створює не тільки тексти, а й нові уявлення про культурні кордони. Його творчість зараховують до сучасного сюрреалізму, називаючи його стиль мінімалістичним через використання досить обмеженого словникового запасу і коротких речень. У своїх творах автор імітує розповідь простої людини, звичайного обивателя. Його твори сповнені цинізмом, їдкою іронією та чорним гумором.

Основні функції сленгу в американському романі Чака Паланика «Бійцівський клуб»:

1. Емоційно-експресивна функція означає, що за допомогою сленгу письменник може досить вільно і найбільш повно виразити пережиті почуття й емоції героїв:

«*And the jobs, well, why do you think you're so tired. Geez, it's not insomnia*» [3, с. 60].

«*Стосовно робіт, гаразд, чому, гадаєш, ти так втомлюєшся. Кук, це не безсоння*» [1, с. 181].

Особливе місце у виконанні цієї функції відводимо досить значній групі сленгізмів, представлених вигуками. Наприклад:

«*Go ahead! Play your little game*» [3, с. 96].

«*Уперед! Грайтеся*» [1, с. 147].

«*Tyler said, 'Cool.'*» [3, с. 37].

«*Круто*», — каже Тайлер» [1, с. 52].

Вживання таких сленгових одиниць надає експресивного забарвлення висловлюванню і служить для безпосереднього вираження почуттів і волевиявлення героїв.

2. Комунікативна функція сленгу ґрунтується на твердженні деяких лінгвістів, що сленг є мовою внутрішньо групового спілкування (наприклад, у молодіжному колі можна часто почути такі американські сленгізми, як *chill* — розслабитися; *have arms, chizzil* — влаштувати вечірку; *raize da roof* — добре провести час і т.д.).

У тексті американського роману наявні такі приклади сленгових елементів внутрішньо групового спілкування:

«*The back of your hand is swollen red and glossy as a pair of lips in the exact shape of Tyler's kiss*» [3, с. 52].

«*Тильна сторона долоні почервоніла, здулася і сяє, мов губи, точно повторюючи цілунок Тайлера*» [1, с. 80].

Лексема *glossy* демонструє приналежність героя до певної соціальної верстви населення, яка не відрізняється високим рівнем освіти та виховання.

3. Репрезентативна функція реалізується у шаленому бажанні мовця виділитися із натовпу за допомогою зрозумілих не всім, «крутих» сленгових слів, продемонструвати деякі свої якості, а також приналежність до певної соціальної групи. Наприклад:

«*...it had no right to be there, so we just barrelled on through, no sweat*» [3, с. 96].

«*...кладовище більше не має права там знаходитися, тому ми все швидко зробили, без заморочок*» [1, с. 147].

Використовуючи такі сленгові одиниці, автор прагне надати мовленню героя особливої експресії, а також у чомусь навіть незрозумілого для інших значення.

4. Функція ідентифікації, яка полягає у використанні «своїї» мови, дозволяє членам групи відчувати себе більш згуртованими, дає відчуття єдності, взаєморозуміння.

Так, наприклад, вираз «*thumbs-up*», який часто вживається одним із головних героїв роману «Бійцівський клуб» Тайлером для

підтримки бойового духу його команди, означає «вище голову», а вирази «*cheesebread*» та «*big moosie*» характеризує іншого героя роману Боба, який був незграбною людиною величезних розмірів, качок (у значенні культурист):

«*Then there was Bob. Big Bob. The big cheesebread. The big moosie was on a regulation chill-and-drill homework assignment*» [3, с. 138].

«Тоді був Боб. Великий Боб. Качок. Величезний дось був на домашньому завданні штибу «заморозь-вибий-і-заповни» [1, с. 191].

5. Функція кодування широко використовується представниками різних об'єднань та угруповань. У героїв роману «Бійцівський клуб», які входять до цього клубу, є своя мова:

«*That was Tyler's first mission as a service industry terrorist. Guerrilla waiter. Minimumwage despoiler*» [3, с. 56].

«Це і була перша місія Тайлера в якості терориста сфери обслуговування. Партизана-офіціанта. Порушника спокою за мінімальну зарплатню» [1, с. 87].

6. Оціночна функція виражається у вживанні сленгової лексики з метою вираження ставлення мовця до предметів та явищ дійсності, а також (найчастіше) до оточуючих його людей.

Така оцінка може варіюватися від дружньо-іронічної до презирливо-принизливої:

«*Tyler says, «So, tell the banquet manager. Get me fired. I'm not married to this chickenshit job*» [3, с. 55].

«Тайлер каже: 'То розкажи розпоряднику бенкету. Хай мене звільнять. Я не одружувався на цій лайновій роботі'» [1, с. 86].

У наведеному прикладі сленговим виразом «*chickenshit job*» головний герой роману «Бійцівський клуб» охарактеризував свою роботу офіціантом, яка йому зовсім не подобалась.

7. Маніпулятивна функція, яка часто проявляється у спонукальних реченнях.

Такі висловлення мають значення волевиявлення, адресованого співрозмовнику, і вживаються з метою чинити на нього вплив, спонукати до якихось дій (наприклад, «*go away*» — «пішов геть»).

Наприклад:

«*Go away, I'm screaming. Haven't you heard?*» [3, с. 93].

«Пішов геть! Ти що, не чує?» [1, с. 140].

Вживання спонукальних реплік зі сленговою лексикою визначає той факт, що дія адресата спонукування диктується не стільки інтенцією волевиявлення, скільки екстремальністю обставин, що підкреслюється сленгізмами.

8. Функція лаконічності, тобто сленг робить мову більш короткою.

Якщо письменник зображує героя небагатослівного, який не має бажання «розводити балачки» і говорить чітко й по темі, а також відноситься до певної верстви населення, то до його мовлення автор вводить сленгову лексику, яка скорочує вживання слів. Наприклад: «*This is Tyler's little pep talk*» [3, с. 86].

«*Це Тайлерова маленька вступна промова*» [1, с. 130].

У наведеному прикладі вираз «*pep talk*» вжито у значенні «коротка напутня промова, яка має підбадьорюючий характер» [2, с. 739].

9. Словотвірна функція сленгової лексики у художніх творах проявляється у тих випадках, коли у героїв виникає потреба висловити емоції, почуття, для яких відсутній відповідний еквівалент у літературній мові. Так, наприклад, «*icy jerk*» — влучне найменування для «чувака», обвішаного коштовностями (репера або мафіози).

10. Образотворча функція полягає у тому, що автор використовує знижену лексику у комунікації героїв, щоб уникнути невиразності та прісності мови і надати їй емоційності, образності, яскравості, барвистості, різних конотативних відтінків. Адже саме така емоційно та експресивно насичена мова справляє більше враження на читача.

Так, наприклад, сленгова одиниця «*skinny*» вживається у значенні «занадто худорлявий, кволий, пісний» [2, с. 132].

Таким чином, сленг виконує найрізноманітніші функції, які тісно пов'язані між собою, проте основною функцією сленгу є, безумовно, емоційно-експресивна.

Література

1. Паланик Ч. Бійцівський клуб [пер. з англ. Ю. Стронговського] / Ч. Паланик Харків: Фоліо, 2007. — 256 с.
2. Dalzell T. The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English, 2nd edition / Tom Dalzell. — London; New York: Routledge, Taylor & Francis, 2017. — 1109 p.
3. Palahniuk C. Fight Club / C. Palaniuk. — N. Y.: Vintage, 2010. — 224 p.

Мартищенко Катерина Валеріївна
студентка факультету лінгвістики
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна

МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ У МЕДІА ДИСКУРСІ

Виникнення явища політичної коректності привернуло увагу багатьох вчених, культурологів та лінгвістів, адже взаємозв'язок мови, культури і суспільства протягом тривалого часу залишається важливим питанням сучасного мовознавства. Науковці розглядають поняття політкоректності як мовно-культурний феномен та вивчають особливості його впливу як на культуру, так і на мову. Однак в лінгвістичному аспекті дане поняття залишається недостатньо вивченим, що обумовлює актуальність теми та необхідність дослідити специфіку використання політично коректних слів та виразів на прикладі Британської преси та їх відтворення українською мовою.

Явище політичної коректності виникло в американському чи в британському суспільстві та досить швидко поширилося по всьому світу. Це своєрідний мовний феномен, що базується на принципі заміни слів та висловлювань, які є потенційно образливими для реципієнта, на більш коректні та нейтральні, а також особлива культура поведінки, яка вимагає дотримання певних норм стосовно різних меншин [1, с. 185]. Саме ці аспекти характеризують політичну коректність як мовно-культурне явище. Політично коректна лексика, в переважній більшості, відноситься до тем дискримінації людей за расовими, статевими, віковими, зовнішніми ознаками, а також стосується політичної та воєнної тематик [4, с. 95].

Найактивнішою сферою діяльності, яка звертається до використання політкоректної лексики є друковані засоби масової інформації, адже у сучасному світі пейоративна лексика використовується для того, щоб залякати противників, в інших випадках прийнято «звертатися» до пом'якшення слів та словосполучень, надаючи їм нейтрального значення, задля прикрашання дійсності та надання їй

більш привабливої форми. Наприклад, висловлювання «the gender pay gap» («різниця в оплаті праці за статтю») можна розцінити як завуалювання прямої дискримінації за статевою ознакою, адже насправді під вказаним виразом мається на увазі обмеження прав жінок в отриманні такої ж заробітної плати як і чоловіки, тільки сказано це в децю прихованому вигляді.

Політично коректні слова мають на меті коригування мови для того, щоб зробити висловлювання більш етичним, уникнути відверто різких чи грубих слів, що, власне кажучи, є завданням евфемізмів, тому їх безумовно можна назвати головним засобом вираження політичної коректності. Досліджуючи взаємозв'язок між політичною коректністю та евфемією детальніше, можна встановити, що обидва явища є лінгвокультурними феноменами, проте політична коректність має більш ширше значення, і, відповідно, підпорядковує собі поняття евфемії. Адже, як зазначалося раніше, політкоректність є певним способом поведінки, а евфемізми — механізм за допомогою якого ця поведінка відтворюється [1, с. 186]. Доказом цього може бути фраза «guests with «distinctively African American names»» (гості з «виразно афроамериканськими іменами»), використана в одній із англійських газет. Дане висловлювання є евфемізмом, тому що воно вживається для уникнення прямої назви людей з темним кольором шкіри, і, в той же час вираз є цілком політкоректним, так як не показує жодного прояву расової дискримінації.

Крім пом'якшення різних видів дискримінації, евфемізми також використовуються для завуалювання негативних ситуацій, пов'язаних з економікою, політикою чи воєнними діями [3]. Наприклад, фраза «has been getting costlier» вживається замість звичайного «more expensive» або «raising prices» для приховування неприємної для людей проблеми підвищення цін. Крім того, якщо Британська преса повідомляє інформацію, пов'язану з війною, то для позначення такої події вживається вираз «a counter-terrorist operation» («проти терористична операція»), який має меліоративний характер, адже означає нібито захист від агресивно налаштованих противників, а не безпосередньо воєнну діяльність з обох сторін.

Евфемізми використовуються на всіх рівнях мови, що забезпечується великим різноманіттям способів евфемізації. Найпоширенішими способами утворення евфемізмів є метафоризація (вираз «crazy idea», вжитий у переносному значенні, у англійській пресі може замінювати «extra-ordinary, unusual idea»), металепис («criminal injustice» замість «rape» — поняття є послідовними та схожими між собою: rape — crime — criminal injustice (зґвалтування — злочин — кримі-

нальна несправедливість), метонімія (у фразі «the Kremlin was sending out messages...» слово «Kremlin» позначає людей, які знаходяться у вказаній будівлі та виконує функцію ухилення від прямої назви конкретних людей задля уникнення конфлікту) тощо, що належать до лексико-семантичного рівня мови. До морфологічних способів творення відноситься негативна префіксація (додавання префікса «anti-» до антоніма «забороненого» слова — «*anti-immigration*»). Також до них належить ініціальна абрєвіація — поєднання в абрєвіатуру початкових букв або звуків словосполучення. Спосіб абрєвіації є досить вдалим в евфемізації слів саме через те, що до уваги беруться лише перші літери слів і, відповідно, будь-яке негативне значення автоматично втрачається. Наприклад, у англійській пресі часто зустрічається абрєвіатура «the GIA» («Armed Islamic Group»), що позначає терористичне угруповання в Алжирі, метою використання якої безумовно є нейтралізація несправедливої реакції, пов'язаної з діяльністю даної групи людей.

Утворення евфемізмів на синтаксичному рівні відбувається внаслідок заміни окремих слів чи словосполучень у реченні, використанні складних та пасивних конструкцій тощо [3]. Так, у реченні «Theresa May has been ridiculed in the European Parliament after her Government took credit for two major EU regulations» [5] використано пасивну конструкцію «has been ridiculed» («було висміяно»), яка має на меті приховати конкретні імена людей, які посміялися із Терези Мей, а також взагалі сам факт того, що її слова були сприйняті з гумором і, таким способом не допустити «неприємного» ефекту звучання цих слів.

Фонетичний спосіб утворення евфемізмів відбувається за рахунок звукової аналогії, що дає змогу висловлювати сенс забороненого поняття, уникаючи його прямої назви. Наприклад, у реченні «What the heck I supposed to do this?» слово «heck» вживається замість «hell», що дуже схоже на нього за звучанням, задля уникнення використання небажаного слова «пекло», яке є фамільярним та не політкоректним. Графічні евфемізми утворюються за допомогою графічних засобів мови, до яких належать опущення середини слова (синкопа) або його кінця (апокопа), а також заміна слова або його кінцівки трьома крапками чи зірками [3]. Такий спосіб творення характерний більше для ліберальної Британської преси, аніж для консервативної. Так, вислів «s***hole countries», є яскравим прикладом графічного евфемізму. Даний вираз виконує не просто пом'якшувальну, а меліоративну функцію, адже з його допомогою приховується нецензурне слово.

Евфемізація як стилістичний прийом у мовленні є джерелом стилістичної синонімії, що пов'язано з широким використанням

евфемізмів, адже виникнення нового слова стає результатом певних варіацій лексичної системи [2, с. 68]. Її головною метою є не допускати комунікативних конфліктів та сприяти лексичному та стилістичному пом'якшенню подаваної інформації, замінюючи будь-яке небажане, недозволене або недоречне слово або словосполучення більш коректним залишаючи можливість реципієнту здогадатися про що йде мова. Не дивлячись на розповсюдженість евфемізмів у газетах, ліберальні видання не повністю дотримуються ідей політичної коректності та іноді дозволяють собі вживати слова та словосполучення, що можуть бути оцінені як «заборонені».

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що в сьогоденному суспільстві обізнаність процесами евфемізації мовлення є важливою характеристикою мовної поведінки, що допомагає врегулювати суспільні відносини та визначити засоби досягнення спілкування між представниками різних культур, а також правильно зрозуміти сенс повідомлення, що подається реципієнту.

Література

1. Валуєва Н. М. Особливості функціонування політкоректної лексики в сучасній англійській і французькій мовах / Н. М. Валуєва // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. — 2016. — Т. 1, № 25. — С. 185–186.
2. Москвин В. П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования / В. П. Москвин // Вопросы языкознания. — 2001. — № 3. — С. 68.
3. Паращенко Ю. В. Явище евфемії в сучасній російській і англійській мовах / Ю. В. Паращенко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://uareferat.com/Явище_евфемии_в_сучасній_російській_і_англійській_мовах
4. Цурикова Л. В. Политическая корректность как социокультурный и прагмалингвистический феномен / Л. В. Цурикова // Эссе о социальной власти языка. — Воронеж, 2001. — С. 95.
5. Theresa May ridiculed in European Parliament for claiming credit for EU regulation [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-theresa-may-ridiculed-european-parliament-plastic-bag-charge-credit-card-fee-ban-eu-a8161541.html>

Секция 7. ХИМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Исатаева Аймира Кемеловна

*Л. Н. Гумелев атындағы ЕҰУ магистранты
Астана қ., Қазақстан*

Досмагамбетова Сауле Саркантаевна

*Л. Н. Гумелев атындағы ЕҰУ х.ғ.д.ғ, профессор
Астана қ., Қазақстан*

АЛТЫН АФФИНАЖЫНЫҢ ЭЛЕКТРОЛИТИ ЦЕЗ ҚҰРАМЫНДАҒЫ АЛТЫН ЖӘНЕ ОҒАН СЕРІКТЕС ЭЛЕМЕНТТЕРДІ ХИМИЯЛЫҚ-АТОМДЫ- АБСОРБЦИЯЛЫҚ АНЫҚТАУ

Сынамалы балқытпадан басқа бөліну әдістері, әдеттегідей қатты сынаmanın ерітіндіге айыналуын талап етеді, бұл ЭТААС әдісімен кезекті анықтау үшін құрамында асыл металдары бар сынамаларды жіктеудің универсалды әдісі болып табылады. Үлгілерді жіктеу үшін асыл металдарды анықтау кезінде H_2SO_4 , H_3PO_4 , $HClO_4$, HNO_3 тұз қышқылдарының қоспалары қолданылады. Сонымен бірге, алтынның атомдық абсорбция дабылы күмістің HCl 0,12–1,2М концентрациясымен 0,12–0,36М [1] аралығында шығарылады. [2] шолуында құрамына сынамаларды минералды қышқылдардың қоспасымен өңдеу, сілтілік балқыту және микротолқынды сәулелену әсері кіретін геологиялық материалдарды жіктеудің негізгі әдістері қарастырылған. Шыныда гидролиз және сорбция салдарынан қышқыл ерітінділерден палладийді анықтау кезінде палладийдің жоғалу мүмкіндігі авторлармен көрсетілген [3] және жоғалуларды тоқтату үшін 0,1М тұз қышқылында тиомочевинаны 0,2М ерітіндісін қолдану ұсынылды. Алтын сондай-ақ рН 2–7 диапазонында қышқыл ерітінділерден шынымен және целлюлозалы фильтратпен жұтылуы мүмкін.

Алтынды анықтау үшін кеннің үлгісін HBr ерітеді, ал ерітілмеген тұнбаны ары қарай еріту үшін тигелде Na_2O_2 бірге балқытады. Ұшпалы

косылыстардың шығымдарын болдырмау үшін қысымда [3] жабық автоклавтарда сынамаларды өңдеу мүмкін. ЭТААС әдісімен күмісті және алтынды кезекті анықтаумен СВЧ-пештерде саңылаусыздандырылған сауыттарда 9:5:6 қатынасында ($\text{HCl}:\text{HF}:\text{HNO}_3$) қоспаларында қоқыстардың ерітілуі сипатталған. Жоғары қысым мен температура кезінде автоклавтарда азот және балқытпалы қышқылды қолдану арқылы микротолқынды сәулелену көмегімен үлгілерді жіктеу ұсынылды. Платинаны анықтау үшін алюминий негізінде катализаторлардың жіктелуі фторсутек қышқылын қолдану арқылы жүргізіледі. Ерітіндіде 50 мг/мл артық қышқыл болған жағдайда пайда болатын ексафторалюминий қышқылының селективті емес жұтылуын фонды түзетудің техникалық әдістерінің көмегі арқылы ескеру мүмкін емес.

Қысымды және температураны көтерудің және микротолқынды сәулеленудің сынамаларына әсерлерді үйлестіретін, қабылдау үлгілерін жіктеу үшін қолдану басымдылықтары (уақытты үнемдеу және талдаудың метрологиялық сипаттамаларын жақсарту сияқты) бар.

Құрамында алтыны бар кендерді еріту кезінде темірді бөлу әдістері жұмыста [4] сипатталған. Сынама қышқылдар қоспасында ерітіледі, содан кейін коагуляциялану үшін темірді және гидразин дигидрохлоридті тұндыру үшін аммоний гидроксиді қосылады, тұнбабөлінгеннен кейін қайтадан тұз қышқылы қосылады және тұз қышқылынан теллурмен алтынның және палладийдің тұндырылуы жүргізіледі. Күмісті бөлу үшін кеннің кремний құрамдас үлгілерін қыздыру кезінде $\text{HCl}+\text{HF}$ қоспасымен өңдейді, содан кейін күмістің пайда болған хлоридтерін еріту үшін $\text{HNO}_3+\text{HClO}_4$ қоспасын қосады, пештің жемірілу себебі болып табылатын хлор қышқылын жою үшін ерітіндіні буландырады және HNO_3 қосады.

Алтынды, күмісті, платинаны, палладийді бірге анықтау үшін кеннің үлгілерін тигелде 360–440 °С температурасында $\text{KHF}_2+\text{KBrF}_4$ немесе $\text{KHF}_2+\text{BrF}_3$ қоспасын қосып, содан кейін концентрленген күкірт қышқылы қосылады және фарфор тигелде қыздырылады. Алынған ұсақ дисперсті, бірақ құрамында хлоридтері жоқ сынаманы тікелей графитті атомизаторға енгізеді. Сонымен бірге, калий тетрафтороброматын қолдану әркашанда тұзды фонды жоғарылатынын көрсетеді, бұл ЭТААС әдісімен асыл металдарды анықтауда кедергілер тудыруы мүмкін.

Осылайша, қолданыстағы әдістемелер негізінде құрамында асыл металдары бар сынамаларды күмісті еріту үшін қосымша реагенттерді қолдану арқылы қышқыл ерітінділерге ауыстыруды жүзеге асыра-

ды. Сонымен қатар кедергілердің себебі — газды фазада толығымен жіктелмейтін анықталатын элементтердің газ тәрізді хлоридтерін қалыптастыру Сынамаларды жіктеу кезінде ілеспелі компоненттерінің хлоридтері мен нитраттары сондай-ақ ЭТААС әдісімен асыл металдарды анықтау кезінде кедергілердің пайда болу себептері болып табылады.

Жіктеудің дәстүрлі әдістері, әдеттегідей сынаманы қышқыл ерітінділерге ауысуын қамтамасыз етеді, бұл атомдық-абсорбциялық спектрометрия әдісін қолдану кезінде шектеуші мәселелер қатарын тудырады. Осылайша, атомдық-абсорбциялық спектрометрия әдісімен анықтау үшін қолайлы, алтынның еритін үлгілерін алу арқылы сынаманы бөлудің экспрессті және универсалды әдісін жасау қажет.

Электртермиялық атомизациясымен атомдық-абсорбциялық спектроскопия (ЭТААС) ең жоғарғы сезгіштігімен ерекшеленеді, 10^{-9} – 10^{-12} г. деңгейінде 50 элементтерден артық анықтауға мүмкіндік береді.

Алтын (III)-ті және оған серіктес элементтерді атомдық-абсорбциялық анықтау шарттарын зерттеу. Жіктеудің қолданыстағы әдістері сынамалардың қышқыл ерітінділерге ауысуын қамтамасыз етеді, жиірек хлоридті, бұл атомдық-абсорбциялық спектрометрияның қолданылуын шектейтін мәселелер қатарын тудырады.

Кезекті атомдық-абсорбциялық анықтау үшін қолайлы, алтынның, күмістің, платинаның, палладийдің еритін формаларын алу арқылы сынама негізін универсалды және экспрессті бөлуді іздестіру қажеттілігімен шартталған.

Зерттеулер нәтижелері негізінде құрылған әдісті алтын және күміс аффинажы өнімдерін талдауда қолдану мүмкіншілігі қарастырылды. Зерттеу нысана ретінде аффинажды зауыттың алтынды аффинаждау электролиттері ЦЭЗ алынды.

1.1. Алтынды аффинаждау электролиттері ЦЭЗ.

1.1.1. Макрокомпоненттерді гравиметриялық анықтау

ЦЭЗ электролитінің құрамындағы макрокомпоненттердің мөлшерін білу мақсатында металл иондарын тұндыру жүргізілді. Тұндыру ЦЭЗ сынамасының 20мл көлемі мен 1М аммиак ерітіндісімен жүргізілді. Зерттеу нәтижелері 1-кестеде көрсетілген.

Тұндырудан кейінгі ерітіндінің көлемін 90 мл-ге жеткізілді. Алынған тұнба кептіріліп, аналитикалық таразыда өлшенді (кесте2).

2-кестеден ден көріп тұрғанымыздай толық тұну рН 3–4 интервалында жүреді, рН 5 кезінде ертінді түссіз. рН мәнінің әрі қарай артуы ерітіндінің өзгерісіне әкелмейді. Жоғарыда көрсетілген рН интервалында темір иондары тұнады(III).

**Аффинажды зауыттың ЦЕЗ сынамасы құрамындағы
макрокомпоненттерді тұндыру нәтежелері**

№	pH	Көлем 1 н NH ₃ , мл	Бақылау	№	Н	Көлем 1 н NH ₃ , мл	Бақылау
1	1,0		-	9	5,0	14,2	Өзгеріс- сіз түссіз ерітінді
2	1,0–2,0	4,9	-	10	5,0–6,0	14,5	Тұну жүр- мейді
3	2,0	10,4	-	11	6,0–7,0	15,1	Тұну жүр- мейді
4	3,0	12,4	Өлсіз бұлыңғыр сары түсті ерітінді	12	7,0–8,0	16,1	
5	3,0	12,6	Біртіндеп тұну	13	8,0	17,0	Тұну жүр- мейді
6	3,0	13,2	Біртіндеп тұну	14	8,0	17,5	Тұну жүр- мейді
7	3,0–4,0	13,5	Біртіндеп тұну	15	8,0–9,0	18,0	
8	4,0	14,0	Толық тұну. Темір (III) ги- дроксидіне сәй- кес қызыл-бура түсті тұнба	16	11,0	19,5	Тұну жүр- мейді

**Аффинажды зауыттың сынамасы ЦЕЗ құрамындағы
макрокомпоненттерді гравиметриялық анықтау нәтежелері**

Қосылыс	Фильтр қағазы- ның массасы, г	Тұнба массасы мен фильтр қаға- зының массасы, г	Тұнба массасы, г
Темір(III) гидроксиді	0,56230	1,51000	0,94770

1.2. Асыл металдарды атомдық-абсорбциялық анықтау

Алтын, палладий, платинаны атомдық-абсорбциялық анықтау нәтежелері 4–6 кестеде көрсетілген.

Кесте 3

**Аффинажды зауыт сынамасы ЦЕЗ құрамындағы палладийді
атомдық-абсорбциялық анықтау нәтижелері**

Сұйылту 1М NH ₃	Абсорбция		Палладий концентрациясы, мкг/л	
	Бірлік өлшеу	Орташа	Бірлік өлшеу	Орташа
4	0,0169	0,0167	47,6800	46,9455
	0,0164		46,2110	

Кесте 4

**Аффинажды зауыт сынамасы ЦЕЗ құрамындағы алтынды
атомдық-абсорбциялық анықтау нәтижелері**

Сұйылту 1М NH ₃	Абсорбция		Алтын концентрациясы, мкг/л	
	Бірлік өлшеу	Орташа	Бірлік өлшеу	Орташа
1000	0,0553	0,05533	4896,6691	4718,2782
	0,0528		4669,9218	
	0,0519		4588,2439	

Кесте 5

**Аффинажды зауыт сынамасы ЦЕЗ құрамындағы платинаны
атомдық-абсорбциялық анықтау нәтижелері**

Сұйылту 1М NH ₃	Абсорбция		Платина концентрациясы, мкг/л	
	Бірлік өлшеу	Орташа	Бірлік өлшеу	Орташа
4	0,0175	0,0167	118,4917	132,3846
	0,0215		146,2775	

6-кестеде атомдық-абсорбциялық анықтаудың біріктірілген нәтижелері көрсетілген.

Кесте 6

**Аффинажды зауыттың ЦЕЗ сынамасы құрамындағы металдарды
атомдық-абсорбциялық анықтау нәтижелері**

Элемент	Палладий	Платина	Алтын
Мөлшері мкг/л	46,9455	132,3846	4718,2782

Алтын аффинажының электролиті ЦЕЗ құрамындағы алтынды атомдық-абсорбциялық анықтап, әдістемесі құрастырылды. Гравиметриялық әдіспен зерттелетін объектідегі макрокомпоненттер мөлшері анықталды.

Ұсынылған әдісті қолдану арқылы афинаж зауытының ЦЕЗ сына-масының құрамындағы алтынның және оған серіктес элементтердің мөлшері анықталды. Мәліметтерді статистикалық өңдеу негізінде параллелді зерттеулердің нәтижелері, сонымен қатар гравиметрия әдісінің мәліметтері өзара келісілетіндігі көрсетілді.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Ohta K., Yokoyama M., Ogawa J., Mizuno N., Vatrix modification by Cu(NO₃)₂ for the determination of gold by electrothermal atomic absorption spectrometry with a molybdenum tube atomizer / Mikrochim.Acta. — 1996. — V.122. — P. 61–66.
2. Chao T. T., Sanzolone R. F. Decomposition techniques / J. geochem. Explor. — 1992. — V.44. — P. 65–106.
3. Zhang Z., Pu Q., Liu P., Sun Q., Su Z. Synthesis of amidinothioureido-silica gel and its application to flame atomic absorption spectrometric determination of silver, gold and palladium with on-line preconcentration and separation / Anal.Chim.Acta. — 2002. — V.452. — P. 223–230.
4. Garcia-Olalla C., Aller A. I. Determination of gold in ores by flame and graphite atomic absorption spectrometry using a vanadium chemical modifier / Anal.Chim.Aacta. 1991. — V.252. — P. 97–105.

Секция 8. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Беленко Ольга Александровна
*студентка факультета управления
Академии управления при Президенте Республики Беларусь
г. Минск, Республика Беларусь*

Гуца Вероника Юрьевна
*студентка факультета управления
Академии управления при Президенте Республики Беларусь
г. Минск, Республика Беларусь*

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Республика Беларусь и Китайская Народная Республика имеют единые позиции на международной арене и единые концептуальные взгляды на мироустройство. В своей внешней политике оба государства высказываются в поддержку создания многополярной системы международных отношений и в целом стараются поддерживать друг друга на международной арене. Поэтому Республике Беларусь и Китайской Народной Республике необходимо сопряжение сил для наращивания производственной мощности и увеличения научно-технического потенциала.

Особое место во взаимоотношениях Беларуси и Китая занимает научно-техническое сотрудничество. Одними из самых известных совместных проектов является китайско-белорусский индустриальный парк «Великий камень» и белорусско-китайское совместное предприятие по сборке китайских легковых автомобилей Geely СЗАО «БЕЛДЖИ». Другими крупными проектами, реализованными в 2017 году, стали, в частности, ввод в эксплуатацию Витебской гидроэлектростанции (проектная мощность ГЭС — 40 МВт, среднегодовая выработка — 138 млн. кВт/ч) и Светлогорского завода по производству сульфатной

белёной целлюлозы (белорусско-китайский инвестиционный проект общей стоимостью более 850 млн. долл). 5 сентября 2018 г. Беларусь и Китай утвердили программу научно-технического сотрудничества на 2019–2020 годы [1].

Ведущую роль в организации научно-технических обменов между Республикой Беларусь и Китайской Народной Республикой играет ГП «Научно-технологический парк Белорусского национального технологического университета «Политехник» и созданный при технопарке Белорусский центр научно-технического сотрудничества с провинциями Китая [3].

Сотрудничество с китайскими высокотехнологичными компаниями также стало перспективным направлением развития научно-технического взаимодействия Беларуси и Китайской Народной Республики. В качестве примера можно назвать такие компании, как:

- 1) «Гаоюань»;
- 2) Huawei Technologies;
- 3) ZTE Corporation;
- 4) INSPUR и др.

Перспективы научно-технического сотрудничества тесно связаны с притоком инвестиций.

Статистика Национального банка свидетельствует, что поступление прямых иностранных инвестиций из Китая в Беларусь увеличивается с каждым годом в связи с созданием совместных предприятий. В 2017 г. инвестиции выросли на 113,3 млн. долл. или на 49%. Также увеличивается доля китайских инвестиций в общем объеме инвестирования. На протяжении 2014–2017 гг. наблюдается положительная динамика (таблица 1).

Таблица 1

Поступление прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь в 2014–2017 гг. (млн. долл. США) [2]

	2014	2015	2016	2017
Китай	118,5	168,7	195,5	231,8
Доля китайских инвестиций, %	0,71	0,95	1,1	1,2

Таким образом, научно-техническое сотрудничество Республики Беларусь и Китайской Народной Республики характеризуется устойчивой положительной динамикой. КНР и Республика Беларусь создают и планируют создавать совместные предприятия и проекты, китайские прямые инвестиции увеличиваются с каждым годом. Без

сомнения, сохранение достигнутых темпов научно-технического сотрудничества и реализация совместных проектов позволят не только повысить исследовательский и инновационный потенциал наших государств, но и выйти на создание новых совместных высокотехнологичных производств и предприятий как в Беларуси, так и в Китае.

Литература

1. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belta.by>. — Дата доступа: 15.09.2018.
2. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by>. — Дата доступа: 15.09.2018.
3. Посольство Республики Беларусь в Китайской Народной Республике [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://china.mfa.gov.by>. — Дата доступа: 15.09.2018.

Зимакова Лилия Александровна
*профессор кафедры учета, анализа и аудита
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет
г. Белгород, Россия*

Бычкова Анна Владимировна
*магистрант кафедры учета, анализа и аудита
Белгородского государственного
национального исследовательского университета
г. Белгород, Россия*

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАТРАТ

Важнейшим условием эффективного развития бизнеса сегодня является хорошо развитая система маркетинга. Если в 20 веке лидирующее место занимало производство, то сегодня, когда произошла серьезная переориентация производства в сторону удовлетворения потребностей покупателей, важное место стал занимать процесс продажи.

Сегодня субъекты вкладывают большие средства в рекламу, в приобретение информационных баз о потенциальных покупателях, в создание и поддержание бренда, но не все получают хорошую отдачу от вложенных средств. Результативность во многом зависит от компетенций, которыми обладают сотрудники маркетинговой службы. С одной стороны, сотрудников данной службы относят к интеллектуальному капиталу компании, а, с другой стороны, затраты на заработную плату сотрудников отдела продаж, маркетинговых исследований, анализа, прогнозирования и некоторых других отделов относят к маркетинговым затратам, которые в свою очередь являются основой для формирования маркетингового капитала. Размер маркетинговых затрат с каждым годом увеличивается, поэтому появляется необходимость в контроле за ними, изменяются схемы продаж и взаимоотношения участников, появляются маркетинговые альянсы, поэтому возникают вопросы при отражении затрат в бухгалтерском учете.

Для правильного отражения затрат в учетной системе хозяйствующего субъекта необходимо четко понимать взаимосвязи всех участников маркетинговой деятельности.

Производитель осуществляет продажи самостоятельно -это прямой маркетинг, следовательно, он должен иметь в штате сотрудников или целый отдел, который будет заниматься маркетинговой деятельностью. С точки зрения учетного процесса, необходимо вести обособлено учет по данному структурному подразделению, возможно использование дополнительной детализации в соответствии с классификацией затрат, что позволит осуществлять оперативный контроль и проводить анализ затрат. Таким образом затраты маркетингового отдела формируют маркетинговый капитал. При этом возникают следующие проблемы часть затрат носит текущий характер, часть — разовый характер, часть относится к капитальным затратам, часть — к стратегическим затратам.

К ежемесячным (текущим) расходам относят оплату труда сотрудников маркетингового отдела, отчисления во внебюджетные фонды с этой заработной платы, затраты на мелкие рекламные мероприятия, на телефонные переговоры и т. п. Они могут учитываться на счете 26 «Общехозяйственные расходы» в разрезе подразделения «Маркетинговый отдел» или на счете 44 «Расходы на продажу». Данный момент должен быть определен в учетной политике организации.

Вопрос может возникать по затратам, связанным с упаковкой, хранением, транспортировкой продукции. Исследование практики показывает, что производственные организации, чаще всего, расходы на упаковку относят на счета производственных затрат: 20 «Основное производство» на конкретный вид продукции или 25 «Общепроизводственные расходы» с последующим распределением.

Расходы на хранение готовой продукции должны отражаться на счете 44 «Расходы на продажу». А так как не вся готовая продукция реализуется в отчетном периоде, то существует два варианта списания расходов в конце отчетного периода: 1) полностью на себестоимость продаж в период возникновения расходов (счет 90 «Продажи»), 2) предварительно расходы распределяются между проданной и остатками готовой продукции и только часть расходов, относящаяся к проданной продукции списывается на продажи.

Учет расходов на транспортировку проданной продукции предполагает несколько вариантов учета:

- 1) если организация имеет собственный транспорт и транспортный отдел, расходы которого первоначально учитываются на счете 23 «Транспортный отдел» или 25 «Общепроизводственные

расходы», то они впоследствии распределяются между отделами на реализации задач, которых использовались транспортные средства (пропорционально машиночасам), часть транспортных затрат, приходящаяся на проданную продукцию списывается на счет 44 «Расходы на продажу» с последующим списанием на счет 90 «Продажи» в конце отчетного периода;

- 2) если организация имеет собственный транспорт, расходы которого не учитываются обособленно, а отражаются в составе «Общехозяйственных расходов» отдельной статьей «Транспортные расходы», то они будут списываться одним из вариантов в соответствии с учетной политикой организации: на счет 90 «Продажи» или на счет 20 «Основное производство»;
- 3) если организация использует наемный транспорт для доставки готовой продукции покупателю, то она может включать эти расходы в счет покупателю (счет 90 «Продажи») и отражать у себя в составе текущих расходов (счет 26 «Общехозяйственные расходы»).

К разовым могут относиться затраты на участие в выставке, оплата услуг сторонних организаций по изготовлению рекламы и т. п. Данные расходы также будут относиться к расходам периода и отражаться на вышеуказанных счетах по аналогии.

В категорию капитальных будут включаться затраты на создание бренда (разработку, регистрацию, поддержание и ребрендинг), на первом этапе они отражаются на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы», а затем на счете 04 «Нематериальные активы».

Стратегические затраты — это затраты на продвижение корпоративного бренда, связанные с оптимизацией бизнес-процессов, направленные на повышение эффективности и компетенций персонала, на продвижение развивающихся и потенциальных продуктов и т. п. [1].

Достаточно сложным вопросом является учет затрат на освоение нового маркетингового канала. С одной стороны, данные расходы могут быть включены в расходы периода, в котором они были понесены, с другой стороны, расходы должны соотноситься с доходами. По второму критерию возникает вопрос определения периода, в котором будут осуществляться продажи по осваиваемому маркетинговому каналу. Поэтому, расходы на освоение нового маркетингового канала целесообразно аккумулировать на счете 97 «Расходы будущих периодов» [2].

Прямые продажи сопряжены с рядом проблем, поэтому в современных условиях активно развиваются различные цепочки продаж. Только мелкие и многие средние субъекты работают по прямым продажам.

Крупные производственные субъекты и холдинговых объединениях создаются торговые дома, на которые и переносятся все маркетинговые затраты. При этом производственная компания и торговый дом являются аффилированными лицами. Ярким примером такого сотрудничества являются ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО Каскад», реализующий продукцию группы компаний «ЭФКО».

Конечно, учет затрат в торговых организациях вести, с одной стороны, проще — для этого используется счет 44 «Расходы на продажу», с другой стороны, маркетинговые расходы достаточно большие, а основная прибыль остается у производителя, то возникает необходимость в детализированном учете и контроле затрат. Появляется и еще одна задача — определять эффективность понесенных затрат. Торговые дома выполняют функции оптовиков, поэтому постоянные расходы, приходящиеся на единицу продаваемой продукции, должны сокращаться по сравнению с таким соотношением при прямом маркетинге. Но следует учесть, что при таких взаимоотношениях на торговые дома перекадываются практически все маркетинговые затраты и появляются дополнительные расходы на хранение, сортировку, доработку и т. п. Именно у оптовиков появляется потребность в оценке результативности маркетинговых затрат.

Таким образом, учет маркетинговых затрат может вестись по-разному, это зависит от размера организации, от характера затрат, от желания руководителя. Но чем более детализировано ведется учет, тем точнее можно получить информацию и дать оценку эффективности понесенных затрат.

Литература

1. Бесходарный А. А. Управленческая модель оценки маркетинговой деятельности организации / Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. — 2010. — № 2. — С. 133–138.
2. Полторабатько М. О., Зимакова Л. А. Затраты на маркетинг: проблемы оценки и классификации / Концепции фундаментальных и прикладных исследований: сборник статей Международной научно — практической конференции (16 февраля 2018 г, г. Тюмень). В 2 ч. Ч. 1. — Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2018. — С. 81–84.

Зимакова Лилия Александровна
*профессор кафедры учета, анализа и аудита
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет
г. Белгород, Россия*

Цуканова Светлана Геннадьевна
*магистрант кафедры учета, анализа и аудита
Белгородского государственного
национального исследовательского университета
г. Белгород, Россия*

КОНЦЕПЦИИ КОНТРОЛЛИНГА НА СЛУЖБЕ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях, когда большинство предприятий испытывают проблемы, связанные с факторами внешней и внутренней среды, вследствие чего несут финансовые потери, проблемы реализации новых подходов к управлению, поиск путей их решения являются сложными и важными вопросами хозяйственной деятельности. Их решение невозможно без рациональной корпоративной стратегии, без структурированной отчетности (внутренней и внешней), без сбалансированной системы показателей, которая лежит в основе построения такой отчетности. Другими словами, необходим некий инструмент который позволит верно определять цели руководства организации, обеспечить информационную поддержку всем бизнес-процессам, прогнозировать изменение состояния дел в организации под воздействием тех или иных факторов. Для решения многих выше обозначенных задач необходимо использование такого инструмента как контроллинг.

В отечественной науке имеется большое количество комплексных разработок, охватывающих вопросы организации контроллинга и формирования информации для управления хозяйствующим субъектом. Несмотря на это проблемы внедрения и вопросы организации контроллинга применительно к российским хозяйствующим субъектам остаются недостаточно исследованными и изученными.

Контроллинг можно рассматривать в качестве системы управления хозяйственной деятельностью и прибылью, в рамках которой выделяют две основные функции: контроль и планирование. По мнению Авдиенко К. В. контроллинг осуществляет координацию контроля, учета и планирования [1]. Соглашаясь с данным мнением по вопросу выполнения контроллингом функции координации служб менеджмента для обеспечения действий, направленных на достижение поставленных задач, считаем, важной составляющей контроллинга — экономический анализ, соответствующий целевому управлению.

Бочкова В. В., Головина О. И. выделяют пять основных концепции контроллинга: контроллинг с ориентацией на систему бухгалтерского учета, контроллинг с ориентацией на информацию, контроллинг с ориентацией на систему управления, контроллинг с ориентацией на стратегию развития, контроллинг с ориентацией на формирование образа мышления [3; 4].

Концепция контроллинга с ориентацией на систему бухгалтерского учета заключается в реализации информационных потребностей и решение задач через использование данных бухгалтерского учета, где основное внимание направлено на стоимостные показатели. Главная цель — обеспечение получения прибыли. Данная концепция является в определенной мере ограниченной, так как опирается только на данные бухгалтерского учета и отвечает потребностям только операционной деятельности организации, а стратегические аспекты остаются без должного внимания. Следует также учесть, что бухгалтерский учет ведется по строгим правилам, а оценка показателей не всегда соответствует рыночным потребностям, и некоторые важные, с точки зрения рынка, показатели, например, человеческий капитал, остаются в тени, хотя имеют важное значение для управления.

В рамках данной концепции доминирует ориентация на общие итоги без учета дифференциации результатов деятельности отдельных подразделений и служб предприятия. Хотя процессный подход в управлении требует перестроения и учетной системы. Несмотря на это, преимуществом концепции является простота ее применения, основанная на использовании уже существующей информационной базы и отлаженной учетной политики.

Концепция контроллинга с ориентацией на информацию характеризуется использованием не только данных бухгалтерского учета (количественная информация), но информации качественного характера, связанной с хозяйственной деятельностью организации. Основной задачей становится информационная поддержка принимаемых управленческих решений. Используемая информация является

комплексной, охватывает не только качественные, но и количественные стороны деятельности организации, представлена различными видами показателей, содержит данные о прошлом, настоящем и планируемом будущем, т.е. становится инструментом обеспечения всего информационного поля управления предприятием.

Поэтому система сбалансированных показателей выступает как инструмента контроллинга, характеризующий финансовый и нефинансовый аспект деятельности субъекта. Комплексное использование многопрофильной информации позволяет сместить акцент в сторону стратегических задач. Но ее применение является достаточно сложным, поскольку требует изменения всего документооборота, корректировки процесса принятия управленческих решений и обеспечения рациональной взаимосвязи управленческой и информационной среды.

Концепция с ориентацией на систему управления является более зрелой трактовкой сущности контроллинга. Она предусматривает использование контроллинга как инструмента, ликвидирующего «узкие» места в деятельности организации и ориентированного на будущее в соответствии с поставленными стратегическими целями. Контроллинг задействован на всех стадиях управленческого процесса, конечной стадией которого является обеспечение конкурентоспособности и прибыльности организации.

Контроллинг с ориентацией на стратегию развития предполагает ориентацию всей информационно-аналитической системы на стратегическое управление. То есть стратегические цели должны быть достигнуты даже при наличии краткосрочных финансовых потерь. Соответственно анализ также производится с ориентацией на достижение долгосрочных целей. Важно не просто определить стратегию деятельности компании, но и донести ее до всех сотрудников в понятных для них формулировках. Стратегия компании должна стать основой для определения целей не только руководителей среднего и низшего уровней управления, но и каждого сотрудника как участника создания ценности.

Контроллинг с ориентацией на формирование образа мышления у всех сотрудников на получение многопрофильной информации, способствующей принятию оперативных управленческих решений с учетом возможности решения стратегических задач. Корпоративная культура и уважением к человеку являются основой изменения отношения людей к своим обязанностям, и как следствие получению лучшего результата.

Контроллинг предполагает не только координацию управленческих решений, но и координацию их исполнения внутри управленческой

системы. Поэтому Т. Л. Безрукова и П. А. Петров выделяют дополнительную концепцию контроллинга — ориентированную на координацию [5]. Задачи координации в концепции контроллинга подразделяются на два уровня: ориентация на планирование и контроль, ориентация на управленческую среду в целом. В итоге достигается интеграция всех аспектов процесса управления в рамках организации, что способствует обеспечению успешного функционирования в долгосрочной перспективе. Важным становится подкрепление управленческой деятельности актуальным информационным обеспечением, т.к. в функции контроллинга включаются создание, обработка, проверка и представление управленческой информации.

Таким образом, система контроллинга представляет собой целостную систему элементов, посредством взаимодействия которых обеспечивается интеграция, системная организация и координация информационных потоков, процесса управления, функциональных областей, организационных единиц. Контроллинг по средствам своего механизма объединяет все функциональные области субъектов агропромышленного комплекса: маркетинг и сбыт, производство, снабжение, финансы.

В условиях рыночной экономики и переориентации на потребителя, более активное использование контроллинга позволит оперативно получать, обрабатывать и передавать информацию, проводить ее анализ и принимать грамотные управленческие решения.

Литература

1. Авдиенко К. В. Взаимосвязь концепций контроллинга и системного подхода к управлению / Теоретические и прикладные аспекты современной науки. — 2014. — № 6–5. — С. 7–9.
2. Безрукова Т. Л., Петров П. А. Совершенствование и развитие концепций контроллинга в системе управления организацией / Экономические и гуманитарные науки. — 2011. — № 12 (239). — С. 42–50.
3. Бочкова В. В. Теоретико-методологическое обоснование концепций и моделей контроллинга / Вестник НГИЭИ. — 2015. — № 3 (46). — С. 19–24.
4. Головина О. И. Теоретические подходы к формированию контроллинга как компонента управления предприятиями пищевой промышленности / Карельский научный журнал. — 2014. — № 2. — С. 48–51.

Кальніцька Марина Олександрівна
*старший викладач кафедри менеджменту
та туристичного бізнесу
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
м. Дніпро, Україна*

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ СТАНУ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-КУЛЬТУРНИХ РЕСУРСІВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

У сучасній теорії стратегічного управління, що вивчає джерела і механізми створення конкурентних переваг, домінує так званий ресурсний підхід. Його головна теза полягає в тому, що притаманна суб'єктам бізнесу неоднорідність, може бути стійкою з огляду на наявність унікальних ресурсів і організаційних властивостей, які визначають конкурентні переваги конкретних фірм, виступаючи при цьому джерелами економічного розвитку суб'єкта. В межах галузі економічні та соціальні успіхи суб'єкту бізнесу (прихильність бренду, споживацька лояльність тощо) повинні бути захищені факторами, що ускладнюють копіювання її переваг, через дотримання галузевих технічних стандартів, розвитку людського ресурсу, управлінського ноу-хау, організаційних механізмів функціонування бізнесу (гнучкість структури, адаптивність організаційної культури, схильність до навчання). Така логіка стратегічного менеджменту знаходить підтвердження у міжнародному туристичному бізнесі, зокрема в готельній індустрії, через специфіку конкуренції в індустрії гостинності та самого готельного продукту.

Капіталом будь-якого бізнесу, що формує його успіх, виступають ресурси: фінансові, організаційні, управлінські, людські, технологічні, репутаційні. При безумовній важливості для готельного бізнесу матеріальних активів, які пов'язані з характеристиками його будівель, меблів, декору, обладнання тощо, і, зрозуміло, активів, пов'язаних з його місцем розташування, ключове значення для розвитку довгострокових конкурентних переваг мають людські, організаційні та репутаційні активи. Ці види активів, які є ключовими для суперництва в сфері послуг гостинності, за своєю природою нематеріальні

і тому практично не піддаються ідентифікації та оцінці за допомогою кількісних вимірювань.

Проте оцінка стану розвитку організаційно-культурних ресурсів суб'єктів міжнародного туристичного бізнесу має відбуватися за якісними та кількісними показниками. Описовий характер ефективності діяльності суб'єкта туристичного бізнесу здійснюють через оцінку його репутаційних ресурсів: рівень лояльності клієнтів, наявність постійних клієнтів, рівень впізнаваності бренду тощо.

До ключових економічних показників готельного бізнесу відносять показник заповнюваності (OR), середня щоденна вартість номеру (ADR), середній дохід з номеру (RevPAR), тощо. Слід зазначити, що саме ці індикатори прийнято включати у перелік ключових показників ефективності (КПІ) менеджерам або управляючим готелів. Відмітимо,

Таблиця 1

Розрахунок коефіцієнту кореляції між вартістю акцій та показником заповнюваності мережі готелів

Компанія / Рік		Hilton Worldwide Holdings	Marriot International	Hyatt Hotels Corp	Wyndham Worldwide Corp	Choice Hotels Intl Inc	Melia Hotels International
Країна		США	США	США	США	США	США
Вартість акцій, дол. США	2013	45,66	40,31	49,80	72,97	42,15	11,24
	2014	49,96	61,91	59,56	85,64	49,54	11,09
	2015	53,95	71,45	48,16	68,66	54,02	13,37
	2016	46,81	68,16	54,97	76,88	49,23	11,07
	2017	64,39	107,44	77,54	112,44	65,33	14,08
Показник заповнюваності, %	2013	72,30	71,80	43,86	56,21	62,20	67,80
	2014	74,60	73,70	57,56	69,81	64,40	69,80
	2015	75,40	74,10	53,24	75,97	65,40	70,70
	2016	75,00	72,50	48,27	67,35	65,40	68,40
	2017	77,40	74,20	59,83	96,57	65,90	
Коефіцієнт кореляції		0,88	0,75	0,73	0,81	0,81	0,74

Джерело: розраховано автором

що серед перелічених показників особливої уваги заслуговує показник заповнюваності, адже його значення відображає інтеграційний ефект від багатьох чинників таких як місцерозташування готелю, якість послуг, лояльність клієнтів та ін., які в свою чергу є результатом ефективності спільної діяльності менеджменту і персоналу.

За показником заповнюваності в світі обіймають перші місця такі туристичні корпорації як Hyatt Hotels Corp (76,9%), Hilton Worldwide Holdings (75%) та Marriot International (72,5%). Вони ж є й лідерами і за іншими показниками.

Можливо передбачити, що чим більший показник заповнюваності готелю, тим більший дохід від реалізації послуг отримує корпорація. Це має позитивно впливати в кінцевому результаті на вартість акцій холдингу (табл. 1).

Проведений аналіз показав сильний кореляційний зв'язок між показником заповнюваності та вартістю акцій міжнародного туристичного бізнесу, що говорить про те, що розвиток нематеріальних активів, що формують організаційно-культурні ресурси бізнесу має економічний ефект, який можна визначити із застосуванням кількісних методів аналізу.

Література

1. Рейтинг-100 Fortune «Найкращі компанії для роботи» — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://fortune.com/best-companies>.

Ковалевич Дмитрий Владимирович
аспирант кафедры «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «Российский университет дружбы народов»
г. Москва, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА ЕАЭС

Одной из наиболее значимых тенденций современной экономики является процесс финансовой глобализации. Она выступает катализатором развития международных экономических отношений, которые сопровождаются ростом размера и роли глобального финансового рынка. Движущей силой финансового рынка становится процесс перераспределения механизма мировых денежных потоков, в то время как глобализация финансов происходит посредством создания и функционирования единого глобального рынка финансов [1, с. 300].

Процесс интеграции финансовых рынков затронул и страны-члены ЕАЭС, которые поставили цель создать к 2025 г. единый финансовый рынок с финансовым центром в г. Алматы. К этому времени планируется завершить гармонизацию законодательства государств-участников данного интеграционного объединения в финансовой сфере, согласовать функции национальных регуляторных органов, а также провести интеграцию ключевых структурных сегментов финансового рынка — банковского, фондового и страхового.

Создание общего финансового рынка в ходе финансовой интеграции будет способствовать повышению устойчивости рынков, в том числе за счет увеличения их объемов и ликвидности.

Формирование общего финансового рынка предполагает обеспечение недискриминационного доступа на финансовые рынки государств — членов Союза, гарантированной защиты прав потребителей финансовых услуг, создания условий для взаимного признания лицензий в банковском, страховом секторе и на рынке ценных бумаг, определение пруденциальных требований и порядка осуществления надзора за деятельностью участников финансового рынка [3].

В соответствии с разделом XVI «Регулирование финансовых рынков» и приложению № 17 к Договору о Евразийском союзе, общий финансовый рынок должен соответствовать следующим критериям:

- гармонизированные требования к регулированию и надзору в сфере финансовых рынков государств-членов;
- взаимное признание лицензий в банковском и страховом секторах, а также в секторе услуг на рынке ценных бумаг, выданных уполномоченными органами одного государства-члена, на территориях других государств-членов;
- осуществление деятельности по предоставлению финансовых услуг на всей территории Союза без дополнительного учреждения в качестве юридического лица;
- административное сотрудничество между уполномоченными органами государств-членов, в том числе путем обмена информацией [3].

Говоря о финансовой интеграции и создании единого финансового рынка в рамках ЕАЭС, следует рассмотреть ряд проблем, решение которых должно обеспечить их готовность к интеграции в единый финансовый рынок. Это связано, прежде всего, с национальными особенностями развития рынков, преодоление которых происходит с определенными трудностями. Основные расхождения в подходах к интеграции вытекают из специфических характеристик финансовых рынков стран ЕАЭС, которые заключаются в следующем:

- низкая капитализация финансовых рынков к ВВП страны;
- высокая концентрация на биржевых рынках крупных национальных эмитентов;
- ограниченное число эмитентов ценных бумаг, обращающихся на национальных биржах;
- незначительный оборот долговых финансовых инструментов в большинстве стран ЕАЭС [2, с. 3].

Для определения характеристик финансовых рынков стран ЕАЭС проанализируем показатели основные показатели фондовых рынков стран в 2017 г. как наиболее перспективный сегмент для дальнейшего развития финансовой интеграции в рамках углубления интеграционного взаимодействия стран в рамках ЕАЭС (табл. 1).

Приведенные статистические данные в Таблице 1 позволяют сделать вывод о том, что по всем ключевым показателям Россия в несколько раз опережает аналогичные показатели всех стран-членов ЕАЭС. Так, общий оборот казахстанского фондового рынка составил лишь 3,17% от российского рынка. Показатели других стран еще более значительно уступают российским. Однако именно Казахстан по степени развития

**Объемы торгов на фондовых биржах стран ЕАЭС
в 2017 г., млн. долл.**

Сегмент рынка	Россия	Казах-стан	Беларусь	Армения	Киргизия
Государственные ценные бумаги	150 686	6 092	1 473	135	0,03
Корпоративные долговые ценные бумаги	298 941	3 539	959	5,4	10
Рынок акций	157 464	830	44	25	57
Валютный рынок (без учета сделок РЕПО)	5 960 046	227 607	8 865	9,3	835
Сделки РЕПО	6 648 931	226 380	1 627	7	69
Фондовый рынок	14 664 578	464 515	12 968	182	67

Источник: [4]

национального финансового рынка наиболее близок к РФ среди всех остальных стран евразийского пространства.

Важно отметить, что доминирование российского финансового рынка среди стран-членов ЕАЭС может быть использовано как основа для построения единого финансового рынка в рамках ЕАЭС, но в том случае, если будут преодолены существующие различия в уровне развития национальных финансовых рынков и проведена гармонизация законодательства в области финансовых рынков.

Таким образом, существующие различия между уровнями развития стран ЕАЭС в области финансовых рынков преодолимы по мере реализации ряда мер по гармонизации законодательства в области финансового рынка и проведения согласованной валютно-финансовой политики, направленной на улучшение ключевых показателей всех сегментов финансового рынка — фондового, банковского и страхового. Тем самым будет обеспечено сближение таких макроэкономических показателей, как финансовая глубина и уровень финансового посредничества стран-членов ЕАЭС.

Литература

1. Блохина Т. К. Формирование финансового рынка ЕАЭС как основа развития интеграционного процесса / Т. К. Блохина, К. В. Блохин // Вопросы инновационной экономики. — 2017. — Том 7. — № 4. — С. 299–306.
2. Блохина Т. К., Савенкова Е. В., Басов Я. И. Потенциал развития единого финансового рынка Евразийского экономического союза / Вестник Евразийской науки, 2018 № 4, <https://esj.today/PDF/28ECVN418.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
3. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 08.05.2015) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/.
4. Отчет Евразийской экономической политики «Об итогах торгов на фондовых и товарных биржах». Экспресс-информация 30 января 2018 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org>.

Рубежанська Вікторія Олегівна
асистент кафедри фінансів, обліку та банківської справи
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка
м. Старобільськ, Україна

СЕЛЕКТИВНА СТРАТЕГІЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ

Соціально-економічний розвиток регіонів України та загальні тенденції в світовій економіці визначають зовнішні чинники і задають сучасні тренди, які формують суспільно-економічний простір ринку праці та впливають на формування стратегії державного регулювання ринку праці. Відповідно, державне регулювання ринку праці не статичне, воно повинне постійно розвиватися, удосконалюватися, а ступінь державного впливу має постійно змінюватися. Виникає необхідність розширення управлінських функцій держави та швидкого «повернення» держави на ринок праці.

Враховуючи зазначене вище, актуальним є використання в процесі державного регулювання стратегії, заснованої на селективному державному впливі на ринок праці.

Теорія стратегічного управління, знайшла своє відображення у фундаментальних працях вчених: Н. Алексеевої, І. Ансоффа, Г. Атаманчука, В. Бакуменка, М. Боруцака, В. Вакуленка, А. Воронкової, В. Гошовської, І. Грицяка, Р. Келлі, Г. Козаченко, В. Козбаненка, В. Мартиненка, М. Мескона, Г. Мінцберга, Г. Осовської, Д. Пірса, М. Портера, Г. Поршнева, О. Савіцької, Н. Савіцької, З. Румянцевої, А. Чендлера та багатьох інших.

Сутність селективної стратегії полягає у вибіркового втручання держави у функціонування регіонального ринку праці, коли існує неузгодженість в інтересах підзвітних територій. Слід враховувати те, що державне регулювання ринком праці, повинне формуватися виходячи з суспільних цілей і пріоритетів, визначених в загальній «Стратегії сталого розвитку «Україна — 2020»» [1]. Проте, важливим моментом є те, що використання селективної стратегії державного регулювання забезпечує позитивний розвиток великих підприємств (наприклад, підприємства АПК) та малого бізнесу, що, в свою чергу,

задає орієнтири просторового розвитку трудового потенціалу, а саме регіонального. Так, приклади успішного використання селективної стратегії при формуванні інноваційної моделі розвитку АПК наведено у роботі Кукси І. М. [2]. Дію селективної стратегії на малих підприємствах відображено у роботі Гнатенко І. А. [3]. В силу різного соціально-економічного потенціалу, ментальності, історичних особливостей і заходів реалізації політики зайнятості напрями державного впливу в окремих регіонах можуть не збігатися.

Відповідно, сутність формування та реалізації селективної стратегії позначається конкретним процесом, який враховує існуюче середовище, в якому функціонує ринок праці окремої території.

Залежно від об'єкту державного впливу доцільною є класифікація видів можливої селективної стратегії на поляризуючу та вимірювальну.

Поляризуюча селективна стратегія — спрямована на стимулювання ринку праці у регіонах, що мають найбільший економічний потенціал «точки зросту» для функціонування ринку праці, з метою максимізації національного доходу (м. Київ, Київська область, Львівська, Миколаївська, Житомирська, Закарпатська, Харківська, Одеська області). Ціллю вирівнювальної селективної стратегії — є демпфірування відмінностей між ринком праці регіонів шляхом вбиркового державного впливу на проблемні регіони. Під проблемними регіонами ми розуміємо такі території, де ринок праці не в змозі самостійно, тобто без державного впливу, вирішити існуючі проблеми (Запорізька, Рівненська, Чернігівська, Сумська, Дніпропетровська, Чернівецька, Вінницька, Черкаська, Хмельницька, Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська, Полтавська, Херсонська, Кіровоградська, Луганська, Донецька області). Причому, поляризуюча селективна стратегія передбачає активні методи державного регулювання ринку праці, а вирівнювальна — помірно-активні.

Процес розробки селективної поляризуючої та вимірювальної стратегії вимагає використання обґрунтованого набору інструментарію, який є певним стимулятором для запуску ринку праці окремих регіонів. Під зазначеним інструментарієм ми розуміємо конкретизацію: критеріїв, об'єктів, спрямованості та форм державного впливу; мети державної політики; методів, рівнів та заходів державного регулювання; джерел фінансування.

Спираючись на методичні критерії виборчо-селективного впливу держави на ринок праці, визначення селективної стратегії полягає у сегментарному регулюванні органами державного управління регіонального ринку праці за допомогою макро- та мікро- інструментів: адміністративних та економічних; прямих і непрямих тощо.

Це дозволить сконцентрувати засоби впливу на найбільш ефективні напрями ринку праці, а також в обрані регіони з найбільш складним ринковим становищем.

З урахуванням зазначеного, можна узагальнити такі складові селективної стратегії державного регулювання ринку праці (таблиця 1).

Таблиця 1

Складові селективної стратегії державного регулювання ринку праці

Типологія	Вирівнювальна (для регіонів з проблемним ринком праці)	Поляризуюча (для регіонів «полосів зросту»)
Критерії	Цілі; вибірковості; адресності; альтернативності; раціональності; синергії; економічної безпеки.	
Регіони	Луганська, Донецька, Запорізька, Рівненська, Чернігівська, Сумська, Дніпропетровська, Чернівецька, Вінницька, Черкаська, Хмельницька, Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська, Полтавська, Херсонська, Кіровоградська області	м. Київ; Київська, Львівська, Миколаївська, Житомирська, Закарпатська, Харківська, Одеська області
Об'єкти	Ринок праці відсталих та депресивних регіонів з нестабільним внутрішнім та зовнішнім оточенням	Регіони які мають значний соціально-економічний та інший ресурсний потенціал для зростання ринку праці
Мета	Зниження міжрегіональних відмінностей шляхом стимулювання ринку праці відсталих і депресивних регіонів	Досягнення максимально ефективного розвитку загальнонаціонального ринку праці за рахунок ефективного використання ринку праці регіонів — полюсів зростання
Спрямованість впливу	Заходи, які впливають на структуру пропозиції праці і структуру попиту на працю	Заходи регулювання ринку праці, спрямовані на збільшення ступеня відповідності попиту та пропозиції
Методи державного регулювання	Активні, пасивні	Помірно-активні, пасивні

Продовження табл. 1

Форма впливу	Пряма та непряма	
Ключовий принци	Принципи соціальної справедливості	Принципи нодальності (nodal) системи
Заходи державного регулювання економічного та адміністративного характеру	Стимулювання мобільності робочої сили Розвиток інституту соціального партнерства Інфорсмент договірних відносин на ринку робочої сили Стимулювання інноваційних видів зайнятості Підсилення значення та ролі профспілок	Стимулювання пропульсивних лідируючих галузей економіки Централізоване керування компліментарністю інститутів ринку праці Посилення дерегуляції на ринку праці Забезпечення флексибілізації на ринку праці
Рівень впливу заходів державного регулювання	Загальнодержавний, регіональний, галузевий, внутрішньофірмовий	
Джерела фінансування	Держбюджет, не бюджетні кошти, кошти Фонду зайнятості, кошти комерційних організацій та ін.	

Таким чином, стратегічний підхід, заснований на селективній стратегії державного регулювання ринку праці, передбачає розподіл територій України за задалегідь обраними напрямками впливу держави, який у кінцевому рахунку призведе до ефективності загальнодержавного ринку праці.

Література

1. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна — 2020» від 12.01.2015 № 5/2015: Офіційний сайт платформи Liga: Zakon [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U005_15.html
2. Кукса І. М. Проблеми формування інноваційної моделі розвитку АПК в Україні / І. М. Кукса // Актуальні проблеми економіки. — 2014. — № 1 (151). — С. 101–105.
3. Гнатенко І. А. Удосконалення державної підтримки суб'єктів малого підприємництва з урахуванням критеріїв економічної безпеки / Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»: Херсон: Херсонський державний університет, 2014. — Випуск 8, Частина 7 — С. 78–80.

Шумкова Олена Володимирівна
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

Шумкова Вікторія Ігорівна
*кандидат економічних наук,
асистент кафедри статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ ПРОДАЖУ КАРТКОВИХ ПРОДУКТІВ У БАНКУ

Нові умови розвитку банківської системи диктують банківським установам жорсткі умови конкурентної боротьби як за потенційного, так і наявного клієнта. Кожного дня банківські установи збільшують сферу впливу на ринку банківських послуг. Для отримання максимальних конкурентних переваг банки знижують тарифи, працюють у збиток, створюють нові послуги та розробляють максимально ефективні стратегії для продажів власних банківських послуг.

Головною метою стратегії продажу є залучення (втримання) клієнтів і ріст позитивного іміджу банку, що виражається у впізнаваності бренду.

Що стосується банківського сектору України, то впізнаваність бренду комерційного банку залежить від таких факторів:

- 1) назва, яка добре запам'ятовується та асоціюється з чимось позитивним;
- 2) фірмовий стиль, який включає в себе логотип банку, слоган банку, гаму кольорів та інші атрибути, які супроводжують діяльність банку;
- 3) місія — конкретне змістовне формулювання цілей і завдань діяльності банку у глобальній перспективі;
- 4) цінності — ключові параметри взаємодії банку з різними групами зацікавлених осіб;

5) позиціонування — пошук необхідного сегмента для розміщення пропозицій банку [1, с. 101; 2, с. 271].

ПАТ «Державний ощадний банк України» (АТ «Ощадбанк»), який є одним із чотирьох державних банків України і який займає перше місце серед усіх банків за рівнем надійності для фізичних та юридичних осіб, постійно слідує за наведеними вище факторами.

Однак, фактор позиціонування на ринку вимагає постійного моніторингу ситуації, вивчення брендів конкурентів та повсякчасного знаходження оптимальних рішень для задоволення потреб клієнтів банку.

Для цього АТ «Ощадбанк» періодично запускає нові групи послуг для існуючих, перспективних та потенційних клієнтів. Однією з таких новинок є група беззаставних кредитних продуктів. Банком було розроблено стратегію продажів беззаставних кредитних продуктів для різних категорій клієнтів, які активно використовуються в усіх відділеннях банку по всій території України.

Беззаставні кредити традиційно вважаються найбільш ризиковими видами кредитів, адже вони надаються без оформлення забезпечення під фінансову поруку.

АТ «Ощадбанк» пропонує своїм клієнтам такі види беззаставних кредитів (вони розділені у відповідності до клієнтських груп фізичних осіб):

- «Мій кредит»;
- «Моя кредитка»;
- Кредитна лінія БПК (для банківської платіжної картки). Існують окремо для зарплатних карток та для пенсійних карток [3].

В АТ «Ощадбанк» беззаставний кредит має форму кредиту овердрафт. Кредит овердрафт використовується для оплати платіжних документів понад залишок коштів на їх поточних рахунках. Такий кредит надається лише платоспроможним клієнтам.

Овердрафт встановлюється банком самостійно, за згодою клієнта, на зарплатну чи пенсійну картку клієнта, з урахуванням розміру його зарплати чи пенсії, і не вимагає самостійного погашення від клієнта, так як такі надходження на картку автоматично погасять цю заборгованість.

Для того, щоб клієнт-фізична особа отримав доступ до кредиту овердрафт у нього повинен бути відкритий поточний рахунок в банку та оформлена платіжна картка.

Для цього клієнтові необхідно звернутися до ПАТ «Державний ощадний банк України» та подати наступні документи:

- документ, що ідентифікує особу згідно Законодавства України;

- номер облікової картки платника податків (ідентифікаційний номер) — обов’язково для фізичних осіб-резидентів та за наявності для фізичних осіб-нерезидентів;
- у відділенні банку клієнт заповнює заяву про відкриття поточного рахунку. В заяві також вказується зразок підпису для ідентифікації клієнта та надається інформація про місячні доходи та витрати клієнта [3; 4].

Якщо платіжна картка відкривається на підприємстві для всіх працівників, заяви не складаються.

Тарифи та основні умови беззаставного кредитування від ПАТ «Державний ощадний банк України» наведено в таблиці 1 [3].

Таблиця 1

Основні тарифи для беззаставних кредитів АТ «Ощадбанк»

Умови	Кеш кредит «Мій кредит»	Кредитна картка «Моя кредитка»	Кредитна лінія БПК
Оформлення тарифного пакету	50 грн.	безкоштовно	Безкоштовно або згідно з тарифними пакетами
Зняття власних / кредитних коштів в банкоматі або касі Ощадбанку	1% / 1,5%	1% / 3,5%	безкоштовно
Зняття коштів в банкоматі інших банків	2% + 5грн.	4% + 5грн.	безкоштовно або 1,5% + 5 грн.
Розрахунок картою в термінальній мережі або мережі Інтернет	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно
Поповнення картки через касу	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно
Поповнення карти через термінал самообслуговування	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно
Поповнення карти через web та mobile banking Ощад 24/7	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно

При розробці стратегій продажу беззаставних кредитів банк обов’язково повинен визначити головні потреби клієнтів, розробити алгоритми продажів та встановити портфельні паритети для кожної із послуг, тобто розподілення пріоритетних напрямків продажу.

Стратегія продажів беззаставних банківських продуктів наведена в таблиці 2.

Детально розглянемо основні стратегії продажів беззаставних кредитів овердрафт ПАТ «Державний ощадний банк України».

1. Стратегія продажів беззаставних кредитів — співробітникам банку. Співробітникам банку беззаставні кредитні продукти пропонуються без будь-якої пріоритизації, тобто співробітник банку самостійно визначає для себе продукт яким він бажає скористатися.

2. Стратегія продажу беззаставних кредитів — зовнішнім клієнтам. Дана стратегія реалізується на основі використання наступних пріоритетів (дані пріоритети були детально розглянуті в табл. 2):

- Пріоритет 1 розроблений для отримання максимальних прибутків від реалізації банківської послуги;
- Пріоритет 2 розроблений з метою утримання клієнта, для подальшого переходу до Пріоритету 1.

Таблиця 2

Загальна характеристика стратегій продажів беззаставних кредитів

	Кеш кредит «Мій кредит»	Кредитна картка «Моя кредитка»	Кредитна лінія БПК
Потреба клієнта	придбання споживчих товарів та послуг — конкретна потреба	грошові кошти на випадок непередбачуваної ситуації — про запас	гроші до зарплати/пенсії
Алгоритм продажів	Пріоритет 1 — пропонується кредит готівкою «Мій кредит». Пріоритет 2 — пропонується продукт «Моя кредитка» з метою утримання клієнта (при відмові «Мій кредит»)		100% пропозиція на новому зарплатну платіжну картку, пенсіонеру
Портфельний паритет	40:40:20		

3. Стратегія продажу беззаставних кредитів — клієнтам з зарплатними або пенсійними картками. Кредитна лінія БПК має більш виражену форму овердрафту. Дана стратегія має два можливі шляхи реалізації для клієнтів-власників карток:

- 1) якщо строк дії картки менший за 6 місяців з дати відкриття рахунку — пропонується лише кредитна лінія;
- 2) якщо строк дії картки більше 6 місяців з дати відкриття рахунку — пропонується або «Мій кредит» (Пріоритет 1), або «Моя кредитка» (Пріоритет 2).

4. Стратегія продажу беззаставних кредитів — пакетне рішення: наперед схвалене рішення кредитним комітетом роздрібного бізнесу, що є обов'язковим до виконання всіма працівниками банку.

Після розроблення стратегій продажу банку необхідно провести аналіз доходності та визначити найбільш прибутковий вид беззаставного кредиту. Детальний аналіз доходності проектів беззаставного кредитування наведено в таблиці 3 [3; 4].

Таблиця 3

Доходність реалізації беззаставних кредитів

	Кеш кредит «Мій кредит»	Кредитна картка «Моя кредитка»	Кредитна лінія БПК
Сума кредиту	від 1 000 до 50 000 грн.		до 250 000 грн.
Вид кредиту	разовий кре- дит	відновлюва- на кредитна лінія	відновлювана кре- дитна лінія
Строк	до 5 років		Строк дії БПК (платіжної картки)
Процентна ставка, міс.	4,7%	3,16%	від 2%
Комісії банку	5%	0%	0%
погашення кредиту	стандартний метод	5% тіла +%	%
Вартість картки	50 грн.	не тарифіку- ється	Згідно з тарифами
Страховий платіж	1.5%	відсутній	відсутній
Грейс-період	відсутній	30 днів	30 днів
Ефективний відсоток у рік	71%	47%	30%

Слід зазначити, що серед наявних проектів найбільшу ефективність має Кеш кредит (кредит готівкою) «Мій кредит», його річна ефективність складає 71%. Найменш прибутковим та ефективним проектом є Кредитна лінія БПК, ефективність якої складає 30% річних.

Таким чином, АТ «Ощадбанк» розставляє правильні пріоритети при розробці стратегій продажу банківських послуг, що у майбутньому принесе йому значний прибуток. Цінність, пріоритетність та позиціонування, що створюється брендом банку, надає йому додаткові конкурентні переваги на ринку, підвищує довіру клієнтів, допомагає у створенні позитивної ділової репутації та іміджу.

Література

1. Білошапка В.С. Місце інноваційних стратегій у підвищенні якості банківських послуг і продуктів / В.С. Білошапка, А.В. Корчан // Банківська справа. — 2013. — № 2. — С. 99–103
2. Вергелюк Ю.Ю. Превентивні заходи регулювання кредитних послуг банків для корпоративних позичальників / Ю.Ю. Вергелюк // Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів: монографія. — Ірпінь: Вид-во Нац. ун-ту ДПС України, 2016. — С. 268–279.
3. Офіційний сайт Ощадбанку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua/>
4. Фінансовий портал Мінфін [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://minfin.com.ua>

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА»

Сборник тезисов научных трудов

XXXIV МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ:
«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ»

Санкт-Петербург–Астана–Киев–Вена

«28» сентября 2018

Издано в авторской редакции

Адрес: Украина, г. Киев, ул. Павловская, 22, оф. 22

Контактный телефон: +38(044) 222-5-889

E-mail: info@international-science.com

<http://international-science.com>

<http://inter-nauka.com>

Подписано в печать 31.10.2018. Формат 60×84/16

Бумага офсетная. Гарнитура SchoolBookAC. Печать на дупликаторе.

Тираж 100. Заказ № 435.

Цена договорная. Напечатано с готового оригинал-макета.

Напечатано в издательстве ООО «Центр учебной литературы»

Свидетельство про внесения субъекта издательской деятельности в
государственный реестр издателей, изготовителей и распространителей
издательской продукции: Серия ДК № 2458 от 30.03.2006