



Scientific publishing center  
**OPEN KNOWLEDGE**

ELIBRARY UDC LBC ISBN ISSN DOI SCOPUS COPYRIGHT

**Materials of the II international  
research and practice conference**

**Modern research in global  
scientific activities: current  
issues, achievements and  
innovations**

**31 October  
2018**

**Los Gatos,  
USA**

**SciPress.ru**

UDC 08  
LBC 1

H 91

Main editor: Pleskanyuk T.N.

Modern research in global scientific activities: current issues, achievements and innovations: materials of the II International research and practice conference October 31<sup>st</sup>, 2018, Los Gatos (USA): Scientific publishing center “Open knowledge”, 2018. 79 p.

ISBN: 9781370584000

The collection of scientific articles deals with contemporary issues of science, education and practical application of research results on the materials of II International research and practice conference "Modern research in global scientific activities: current issues, achievements and innovations" (October 31<sup>st</sup>, 2018).

It is a research and practice edition which includes the scientific articles of students, graduate students, postdoctoral students, doctoral candidates, research scientists of Russia, the countries of FSU, Europe and beyond, reflecting the processes and the changes occurring in the structure of present knowledge.

All articles included in the collection have been peer-reviewed and presented in the original edition. The authors are responsible for the content of their articles.

The information about the published articles is provided into the system of the Russian science citation index – RSCI under contract № 1844-08/2016K from 15.08.2016

The electronic version is freely available on the website <http://www.scipress.ru>

This collection is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



UDC 08  
LBC 1

© Main editor Pleskanyuk T.N.,  
2018

© Composite authors, 2018

© Scientific publishing center  
“Open knowledge”, 2018

## Content

<b><i>Culturology</i></b> .....	<b>4</b>
Svetlichnaya I. V. Hairstyle as a means of "aesthetic play" in the conditions of socio-cultural communication .....	4
<b><i>Economy</i></b> .....	<b>12</b>
Cherkashnev R.Yu. Model forecasting the time series on the stock market.....	12
Fedorova A. Yu., Cherkashnev R. Yu. Directions of development of the national system of payment cards "Mir» .....	18
Tang Nannan Classification and codification of property insurance in the Chinese market.....	25
Tang Nannan Classification and codification of personal insurance in the Chinese market.....	31
Telegina T.O. The peculiarities of introduction of agile methods in project management strategy .....	42
Topilskaya D.A., Cherkashnev R.Yu. Banking services and the conditions of their development in Russia .....	48
<b><i>Journalism</i></b> .....	<b>54</b>
Maneesha Dugannarala G.M. The cultural and educational effects of the applications of language styles in television programs .....	54
<b><i>Pedagogy</i></b> .....	<b>61</b>
Mukhametshina Y. A. Methods of formation of professional mobility as a tool for ensuring the quality of training of highly qualified personnel .....	61
<b><i>Psychology</i></b> .....	<b>67</b>
Usatov I.A. Procrastination as a multidimensional phenomenon .....	67
<b><i>Tourism</i></b> .....	<b>71</b>
Bekmansurov R. N. Prospects of ecotourism development in national park «Valdaisky» .....	71

# CULTUROLOGY

UDC 008

## **Svetlichnaya I. V. Hairstyle as a means of "aesthetic play" in the conditions of socio-cultural communication**

**Svetlichnaya Irina Valeryevna**Senior teacher of OMGU, Department of KTILP  
irisvetlichnaja@mail.ru

### **Прическа как средство «эстетической игры» в условиях социокультурной коммуникации**

**Светличная Ирина Валерьевна**

Старший преподаватель ФГАОУ ВО "Омский Государственный Технический Университет" Кафедра Конструирования и технологий изделий легкой промышленности

**Abstract.** This article substantiates the idea that the hairstyle can be a significant means of "social and aesthetic gaming relationships." The main content of the study is an analysis of hairstyles as one of the meaningful representatives of a person's appearance, the text of which is formed both spontaneously and purposefully, taking into account the social and emotional preferences of communicants. Particular attention is paid to the conditions of the "aesthetic game" (constants and codes), the use of hairstyle texts when building game relationships and the role of hairstyle semiotics in socio-cultural non-verbal communication. The author comes to the conclusion that the hairstyle is the text of a culture, the interpretation of which influences a change in the rules of a social-aesthetic game in order to maintain the dynamism of visual culture.

**Keywords:** hairstyle, semiotics, game, culture, socio-cultural communication, representative, image.

**Аннотация.** В данной статье обосновывается идея о том, что прическа может быть значимым средством «социально-эстетических игровых отношений». Основное содержание исследования составляет анализ прически как одного из смыслонасыщенных репрезентантов внешности человека, текст которого формируется как спонтанно, так и целенаправленно с учетом социальных и эмоциональных предпочтений коммуникантов. Особое внимание уделено условиям проведения «эстетической игры» (константы и коды), вариантам использования текстов причёсок при построении игровых взаимоотношений и роли семиотики прически в социокультурной невербальной коммуникации. Автор приходит к выводу, что прическа является текстом культуры, интерпретация которого влияет на изменение правил социально-эстетической игры с целью поддержания динамичности визуальной культуры.

**Ключевые слова:** прическа, семиотика, игра, культура, социокультурная коммуникация, репрезентант, образ.

В современной культуре наблюдается повышенный интерес к визуализации образа человека. В связи с этим на первый план в изучении социокультурных особенностей различных исторических периодов выходят репрезентанты внешности, которые ранее, как правило, не рассматривались. Такими репрезентантами наряду с костюмом становятся макияж, татуаж, различные техники модификации тела, неил-дизайн и прическа.

Одним из ярких смыслонасыщенных репрезентантов внешности в современной визуальной культуре является прическа. Это связано с тем, что прическа обладает особым качеством, связанным с возможностями постоянной новизны, даже кардинальных перемен и чувственным наслаждением, вызываемым изменениями формы. Данное качество можно приравнять к качествам игры, которая неслучайно привлекает внимание многих культурологов:

Наиболее интересной для данного сравнения является общая теория игры, которая была заложена Ф. Шиллером в «Письмах об эстетическом воспитании человека». Автор позиционировал эстетическую природу игры как процесса понимания человека вообще посредством изучения его влечения к материи (чувственное влечение) и форме. По словам Ф. Шиллера, предметом чувственного влечения является жизнь в самом широком смысле, а предметом влечения к форме – образ [6].

В культуре естественный живой образ человека, и его репрезентант прическа, позволяют понять социально-эстетическую реальность существования человека прошлых культур и в современное время. Социально-эстетическая реальность человека отражается в процессе формирования его общественной роли. Суть данной реальности заключается в поиске образа должной красоты, желанной социальной гармонии и художественно-эстетической потребности с учетом социокультурных факторов того исторического периода, где существует человек. Поэтому можно предположить, что посредством изучения семиотики прически можно понять чувственное состояние человека и его эстетические потребности.

Прическа, являясь текстом культуры, участвует в спонтанной и естественной или целенаправленной, заданной трансформации внешнего образа человека с целью присвоения ее носителю другой социально-эстетической роли. При этом человек, как обладатель данного репрезентанта внешности является участником социокультурной коммуникации, результатом которой является реакция коммуникантов разных культур и социальных групп на предлагаемые тексты причесок. Реакция, подтверждающая свершившуюся коммуникацию, чаще всего будет выражена наслаждением, радостью, удовольствием, которые испытывают коммуниканты в процессе внедрения в гармоничный натуральный образ или искусственный заимствованный.

В подтверждение этому можно привести утверждение И. Хейзинга. В трактате «Человек играющий» он позиционировал культуру как форму игры, порожденную игрой радующегося и наслаждающегося человека [5]. И. Хейзинга исходил из того, что любая игра предполагает свободу выбора в ходе, позиции, моменте и т. п. [5]. Также А. И. Пигалев предлагал обратить внимание на семантическое толкование слова «игра»: она «есть не «реактивное, а сущностно свободное поведение»» [2]. А прическа является таким легкотрансформируемым и смыслонасыщенным репрезентантом, который способствует более легкому свободному выбору условий игровых отношений к собственному образу или к восприятию образов со стороны коммуникантами.

Прическа, как репрезентант, участвующий в эстетическом наслаждении, дает человеку надежду, уверенность, посредством постоянной изменчивости впечатлений. В прическе наиболее ярко раскрывается смысловая нагрузка образа, так как волосы, являясь материалом прически, приближены к эмоциональному отражению психотипа человека через кинетику тела. Особенности восприятия и интерпретации художественно-эмоциональных средств (констант) прически влияет на естественное проявление эмоций коммуникантов или их целенаправленную коррекцию. Привлечение прически в социальную «эстетическую игру» способствует усилению рецепторной чувствительности коммуникантов, избавлению от монотонности и рутины, и

влияет на понимание текстов визуальных образов разных культур.

С.В. Лурье представляет культурный анализ в виде объяснения путем интерпретации значений, воплощенных в символических формах [1], а Дж.Б. Томпсон говорит о том, что представления, формируемые в результате интерпретации, являются как бы «компромиссом между объективной реальностью и субъективными воззрениями на нее» [8]. На основании этого можно утверждать, что восприятие текста прически заключается в индивидуальной и массовой интерпретации символических значений ее констант, таких как форма, линии и цвет. Понимание символики констант облегчит процесс невербальной коммуникации, а узнавание и понимание социокультурных особенностей разных культур будет способствовать восприятию и интерпретации культурных кодов разных исторических периодов, этносов и групп.

В условиях актуализации социокультурной коммуникации для передачи текста причесок можно определить такие культурные коды, как семиотические, классификация которых представлена У. Эко, и коммуникативные, представленные К.Д. Скрипником.

У. Эко утверждал, что сущность семиотического кода заключается в том, чтобы любое высказывание организовано не только по определенным правилам (комбинаторики соответствия), но и с определенной точки зрения (классификации, упорядочивания форм). У. Эко предложил классификацию кодов, в которой выделил коды: восприятия, передачи, тональные, иконические, иконографические, вкуса, сенсорные, риторические, стилистические, бессознательного [7]. Представленные коды являются взаимосвязанными и могут участвовать в комплексной трансляции текстов прически.

Особенности трансляции текстов причесок посредством кодов восприятия будут всегда обусловлены функционированием органов чувств коммуникантов. Коды узнавания будут влиять на трансляцию означаемых, выявляющих принадлежность причесок к историческим эпохам. Коды передачи

будут участвовать в восприятии констант причесок, влияющих на обозначение места коммуникации (назначение причесок). Тональные коды будут влиять на формирование эмоционально-оценочных коннотаций, транслируемых текстов причесок. Коды вкуса и сенсорные коды – на формирование подвижных коннотаций, связанных с телесностью коммуникантов. Риторические коды будут акцентировать внимание на «аномальных» константах, появляющихся в текстах причесок. Стилистические коды будут отсылать к узнаванию и восприятию стиля текстов причесок. Коды бессознательного будут влиять на восприятие эмоционального текста причесок. Сама прическа будет являться иконическим кодом, так как интерпретация ее текста, будет зависеть от узнавания и восприятия фигур, знаков и сем, сформированных кодом передачи, и может изменяться внутри одной и той же культурной модели. Иконографические коды будут использоваться в качестве означающих означаемые иконических кодов прически.

Средством общения, взаимопонимания и передачи культурных традиций и культурных смыслов в обществе являются не только семиотические, но и коммуникативные коды. Коммуникативный код обеспечивает адекватное и оптимальное восприятие и целенаправленную передачу информации в конкретной ситуации взаимодействия [4]. В данной статье коммуникативный код будет позиционироваться как транслятор культурных значений, зависящий от социокультурных условий и эмоционального состояния коммуникантов. На основании текстов К. Д. Скрипника среди коммуникативных кодов можно выделить социальные коды (телесные, товарные, поведенческие, регуляторные), текстуальные коды (эстетические, стилистические, массмедиа), интерпретативные коды (перцептуальные и идеологические) [3].

Социальные телесные коды в процессе трансляции текстов причесок могут означивать особенности половозрастной ориентации, внешних параметров, темперамента коммуникантов. Товарные коды – модные предпочтения коммуникантов. Регуляторные коды – принадлежность к профессиональной деятельности коммуникантов. Поведенческие коды –



правила игры социального поведения носителя. Текстуальные эстетические коды в процессе трансляции текстов причесок могут означать предпосылки выбора ее констант. Стилистические коды – принадлежность к исторической эпохе культуры. Массмедиа коды – общепринятые правила и требования к выбору средств визуальной коммуникации. Интерпретативные перцептуальные коды в процессе трансляции текстов причесок могут означать особенности зрительного восприятия коммуникантов. Идеологические коды – принадлежность носителя к расе, социальной страте, политическим предпочтениям.

Специфика понимания невербального языка прически заключается во взаимозависимости семиотических и коммуникационных кодов в условиях социально-эстетической игры. Семиотические коды будут отвечать за передачу эстетических особенностей, способствующих передаче текста о принадлежности к культуре, а коммуникационные коды – функционально-смысловых особенностей, способствующих передаче текста о социальной роли и эмоциональном состоянии коммуникантов и готовности к коммуникации.

В социально-эстетической игре человек может использовать прическу как средство коммуникации в нескольких направлениях. Например, в восприятии и интерпретации текстов визуальных образов коммуникантов, для разработки способа коррекции эмоциональных особенностей коммуникантов и для целенаправленного формирования имиджа человека.

В процессе прочтения образа человека прическа будет являться комплексом значений, которые посредством семиотических и коммуникационных кодов будут передавать текст о социальных, этнических, культурных, эстетических, эмоциональных условиях коммуникантов. Передача текстов причесок будет осуществляться по целенаправленным трансляционным каналам. Участники данного социально-эстетического действия среагируют на предлагаемый образ с разным эффектом, в зависимости от принадлежности к социальной группе. При этом правила игры могут или восприниматься коммуникантами (если находятся в одной культуре), или отвергаться

(находятся в разных культурах), или интерпретироваться (принадлежат к разным культурам, но готовы к диалогу). Соответственно реакция коммуникантов будет отражать или готовность к коммуникации, или отказ от нее, или готовность к социокультурной коммуникации.

Если коммуниканты принадлежат к одной культуре, то им будет понятен текст, который транслируется посредством семиотических кодов, отвечающих за культурную составляющую текста прически. Но может возникнуть не восприятие коммуникативных кодов, играющих большую роль в передаче эмоциональных особенностей личности. И в одном, и в другом случае у коммуникантов будет активизироваться эстетическая рецепторная чувствительность, избавляющая от монотонности и рутины. Если коммуниканты принадлежат к разным культурам, то началу коммуникации могут способствовать именно коммуникационные коды, которые, впоследствии разовьют интерес у коммуникантов в восприятии семиотических кодов. Коммуникационный барьер отрицания будет сломлен и перейдет в стадию интерпретации, то есть социокультурному обмену информацией. Тогда коммуниканты будут ощущать эмоциональную новизну, чувственное наслаждение и желание к кардинальным переменам.

Прическа также может быть средством коррекции психотипа человека. Например, являясь закрытым и необщительным, человек обычно выбирает строгие формы причесок, с минимальным набором констант. Текст прически говорит об отвлечении внимания от внешности и сосредоточения внимания личности на самой себе. Для того чтобы побороть данный комплекс, можно целенаправленно предлагать другие правила игры по организации репрезентантов внешнего образа. Это могут быть прически с динамичными константами открытой организации, которые передают текст об эмоциональности, влечении, сексуальности. Если коммуникант сделает попытки в смене текста прически, то это повлияет и на телесность человека, то есть произойдет мягкая коррекция образа носителя. В дальнейшем данный этап «перехода» можно характеризовать как этап готовности к коммуникации

(желание воспринимать семиотические коды) и подготовки к следующему этапу игры (готовности воспринимать коммуникационные коды) в соответствующих социокультурных условиях.

Прическа как средство целенаправленного изменения имиджа будет способствовать созданию целенаправленного искусственного невербального текста образа. В данном образе будут спрогнозированы те тексты причесок, которые спровоцирует определенную реакцию коммуникантов, заключающуюся в чувственном наслаждении при достижении необходимой цели. То есть искусственно сформированные тексты причесок могут задавать особые эстетические правила игры, идущие вразрез с социокультурными предпочтениями и эмоциональными особенностями коммуникантов. Это связано с тем, что само определение «имидж» не предполагает принадлежность искусственного образа ни к одной культуре. Поэтому возникает необходимость в формировании вариантов комбинации констант и универсальных каналов их трансляции, понятных коммуникантам любых культур.

Вследствие многозначности использования семиотики прически в познании культуры, можно сформировать ее репрезентативную модель, в которой прическа характеризуется как средство социально-эстетической игры, правила которой заключаются в обмене социокультурной информацией между коммуникантами посредством узнавания, восприятия и интерпретации констант прически. Варианты использования прически в качестве средства «эстетической игры» зависят от желания коммуниканта к репрезентации в социуме, желания изменить уровень коммуникации, и необходимости сделать это для достижения какой-либо социально-эстетической цели.

На основании вышесказанного можно утверждать, что прическа может быть смыслонасыщенным репрезентантом, который трансформируется в процессе изменения правил или сама влияет на изменение правил социально-эстетической игры, наполнение которой происходит в процессе изменения культурных условий и готовности участников игры к коммуникации. Полученные знания об условиях формирования и функционирования

семиотики прически в современной культуре, можно использовать для восприятия текстов причесок и внешних образов, представителей прошедших культур, и понимания социокультурных условий их формирования.

#### List of references

1. Лурье С. В. Психологическая антропология: история, современное состояние, перспективы. М.: Академически Проект: Альма Матер, 2005 – 624 с.
2. Пигалев А.И. Игра Культурология. Волгоград: Издательство ВГУ, 2006. – 420 с.
3. Скрипник К.Д. Семиотика: книга для студентов. Ростов-на-Дону: РИО Ростовского филиала Российской таможенной академии, 2000. – 127 с.
4. Трушина Т.Л. Советская мода как коммуникативный код // Россия между модернизацией и архаизацией: 1917-2017 гг.: сб. ст. по матер. XX всерос. науч.-практ. конф. 11-12 апреля 2017 г. – Екатеринбург: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Гуманитарный университет», 2017. – С. 164-169
5. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий. Статьи по истории культуры. М.: Айрис-Пресс, 2003. – 496 с.
6. Шиллер Ф. Письма об эстетическом воспитании человека // Искусство и действительность. М.: Рипол Классик, 2017. – 242 с.
7. Эко У. Отсутствующая структура. Спб: ТОО ТК «Петрополис», 2006. – 432 с.
8. Thompson John B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford: Polity Press, 1990. – PP. 56-66

## ECONOMY

UDC 336.764 UDC 336.764

### **Cherkashnev R.Yu. Model forecasting the time series on the stock market**

**Cherkashnev Roman Yurevich**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Tambov State University. G.R. Derzhavin  
Tambov, the Russian Federation, zakat05@mail.ru

### **Модель прогнозирования временного ряда на фондовом рынке**

**Черкашнев Роман Юрьевич**

К.э.н., Доцент  
Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина  
г. Тамбов, РФ

**Abstract.** In the article, the author considers a technical analysis of the price movement of an asset on the exchange. Details considered indicators of stock trading - "Cloud Ichimoku". The Ichimoku Cloud is a collection of time series with a unique building

system, from which a special area of the chart is formed to predict prices.

**Keywords:** price forecast, stock indicators, Ichimoku Cloud, moving averages, technical analysis.

**Аннотация.** В статье автор рассматривает технический анализ движения цены актива на бирже. Подробно рассмотрены индикаторы биржевой торговли - «Облако Ишимоку». «Облако Ишимоку» представляет собой совокупность временных рядов с уникальной системой построения, из которых и формируется специальная область графика для прогнозирования цены.

**Ключевые слова:** прогноз цены, биржевые индикаторы, «Облако Ишимоку», скользящие средние, технический анализ.

Целью работы является повышение точности прогноза цены актива на основе применения индикатора «Облако Ишимоку».

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- исследование существующих методов технического прогнозирования цены на биржевые активы;
- обоснование применения индикатора «Облако Ишимоку» на Российском фондовом рынке;
- пример прогнозирования цены на основе «Облака Ишимоку».

Объектом статьи выступает движение цены на бирже.

Предметом работы выступают методы технического анализа данных временного ряда цены на бирже.

При решении задачи прогнозирования трейдеру необходимо проанализировать временной ряд и определить, при помощи какого класса моделей возможно произвести прогноз. На сегодняшний день ряд исследователей занимаются этой проблемой. В частности, для анализа временных рядов предлагается применять метод технического анализа, основанный на нечетких элементарных тенденциях. Однако этот метод не отличается простотой понимания и реализации.

Модель прогнозирования временного ряда представляет собой функцию, наиболее полно и адекватно определяющую заданный временной ряд. Для оценки работы модели прогнозирования используется величина отклонения полученного прогнозного значения от истинного значения временного ряда, которая должна быть минимальна. Формально постановка задачи

прогнозирования выглядит так: необходимо вычислить будущие значения временного ряда, опираясь на функциональную зависимость этих значений на уже заданные временные значения.

Для прогноза цены на фондовом рынке некоторые трейдеры используют технический индикатор Ишимоку Кинко Хайо (Ichimoku Kinko Hyo), который предназначен для выявления тренда на рынке, построения уровней поддержки и сопротивления и для включения сигналов покупки и продажи активов. Наиболее информативно индикатор работает на дневных и недельных графиках.

Для построения индикатора Ишимоку необходимо использовать четыре различных временных ряда с уникальной протяженностью. На этих временных рядах строятся графики отдельных трендов, составляющих этот индикатор, приведем их:

1) Линия «Tenkan-sen» рассчитывает усредненное значение цены за первый временной ряд, взятый как сумма экстремумов за выбранный период, деленная на два; Формула 1

$$Tenkan - sen_t = \frac{\max(H_i) + \min(L_i)}{2} \quad (1)$$

2) Линия «Kijun-sen» строится аналогично линии «Tenkan-sen» только за второй временной ряд; Формула 2

$$Kijun - sen_t = \frac{\max(H_k) + \min(L_k)}{2} \quad (2)$$

3) Линия «Senkou Span A» рассчитывает середину значений между двумя ранее построенными рядами, смещенную на величину второго ряда в сторону уменьшения времени; Формула 3

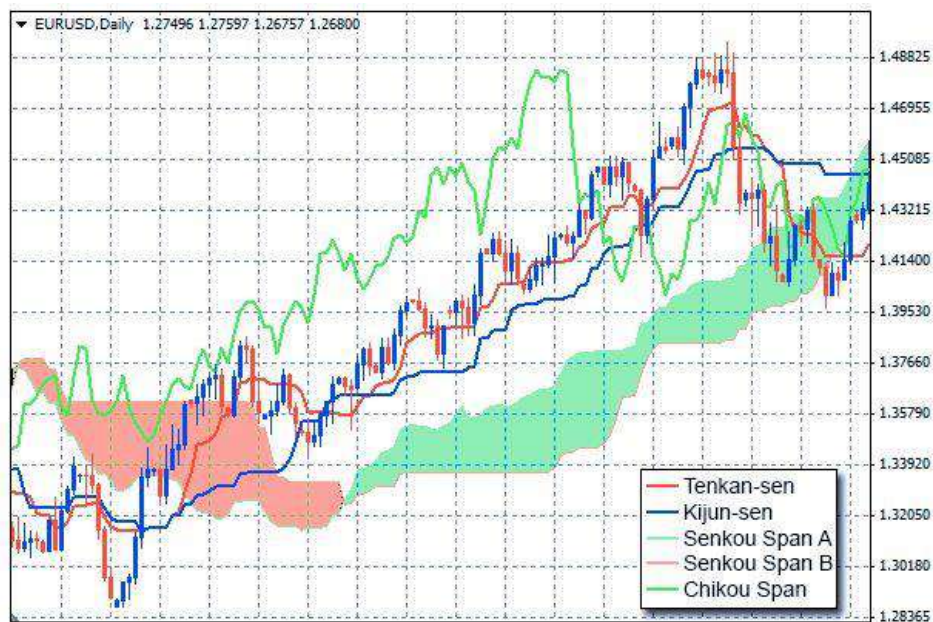
$$Senkou Span A_t = \frac{Tenkan - sen_{t+Kijun - sen_t}}{2} \quad (3)$$

4) Линия «Senkou Span B» рассчитывает усредненное значение цены за третий временной ряд, смещенную на значение второго временного ряда. Формула 4

$$Senkou Span B_t = \frac{\max(H_n) + \min(L_n)}{2} \quad (4)$$

Точка «Chikou Span» характеризует цену закрытия японской свечи,

скорректированную на расстояние второго временного ряда. Отобразим вышеприведенные линии на рисунке 1[1].



**Рисунок 1. Пример построения индикатора Ишимоку [1]**

Следует отметить, что «Облаком Ишимоку» называют область между графиками «Senkou A» и «Senkou B». Данную область выделяют на торговом графике отличным от терминала цветом.

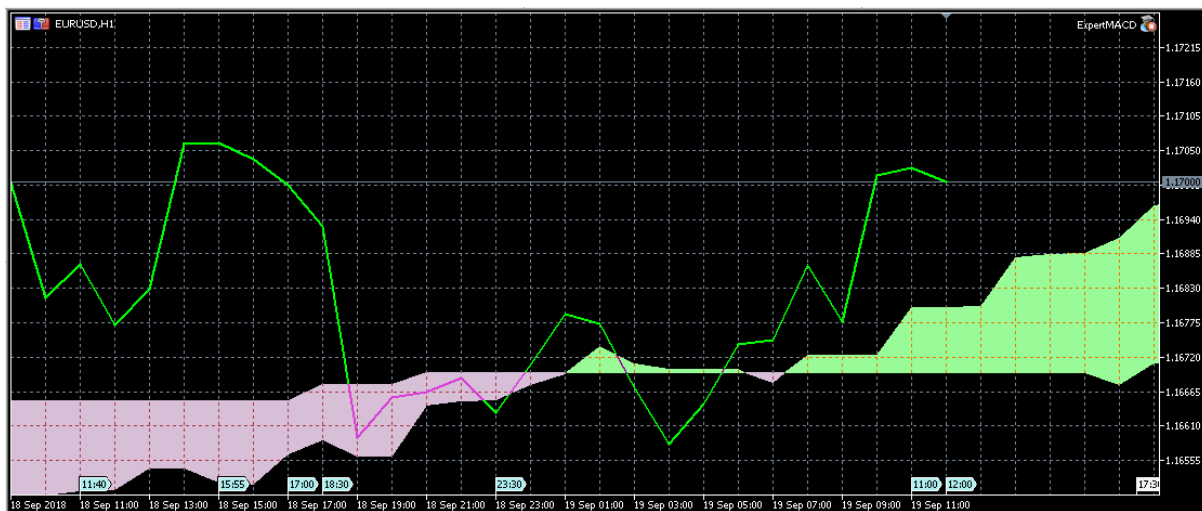
Далее опишем, как следует трактовать сигналы индикатора.

- Если цена лежит в «Облаке» - рынок нетрендовый. Края «облака» являются уровнями поддержки и сопротивления;
- Если цена в данный момент времени находится над «облаком», то с большой степенью вероятности верхняя линия характеризует начальный уровень поддержки тренда;
- Если цена в данный момент времени находится под «облаком», то нижняя линия характеризует начальный уровень сопротивления;
- Если линия индикатора «Chikou Span» пересекает график от меньшей к большей цене - можно трактовать как сигнал к покупке актива. Если от большей к меньшей - сигналом к продаже актива.
- Линию Kijun-sen также можно интерпретировать как индикатор движения рынка. Если цена выше линии Kijun-sen, скорее всего, цена

продолжит расти. Если график цены пересечет эту линию – вероятнее всего тренд изменит направление.

- Существует иной вариант интерпретации линии Kijun-sen - подача сигналов. Четкий сигнал появляется, когда индикатор Tenkan-sen пересекается с индикатором Kijun-sen от уменьшения цены к увеличению. От увеличения цены к уменьшению - сигнал к продаже.

Очень часто при построении индикатора Ишимоку на графике не отображают линии «Tenkan-sen» и «Kijun-sen», а просто рисуют облако «Ишимоку», что представлено на рисунке 2 (составлено автором с помощью программы MetaTrader 5).



**Рисунок 2. Облако «Ишимоку» без вспомогательных индикаторов.  
(Составлено автором с помощью программы MetaTrader 5).**

Из данного графика видно, что по результатам применения индикатора «Облако Ишимоку», цена лежит над облаком, значит рынок с зарождающимся трендом. При анализе рынка видно, что фрактал нисходящий, значит открытие позиции в данный момент времени целесообразно.

#### List of references

1. <http://allfi.biz/Forex/TechnicalAnalysis/Trend-Indicators/indikator-ishimoku.php>
2. <http://tradelife.ru/alligator-indicator.html>

#### Sources

3. <http://allfi.biz/Forex/TechnicalAnalysis/Trend-Indicators/indikator-ishimoku.php>
4. <http://tradelife.ru/alligator-indicator.html>





UDC 336.7

**Fedorova A. Yu., Cherkashnev R. Yu. Directions of development of the national system of payment cards "Mir»****Fedorova Alena Yurevna**

candidate of economic sciences  
associate professor of department "Finance and banking"  
Tambov state University named G. R. Derzhavin  
Russia, Tambov,  
Alena81\_2004@mail.ru

**Cherkashnev Roman Yurevich**

candidate of economic sciences  
associate professor of department "Finance and banking"  
Tambov state University named G. R. Derzhavin  
Russia, Tambov,  
zakat05@mail.ru

**Направления развития национальной системы платежных карт «Мир»****Федорова Алена Юрьевна**

кандидат экономических наук  
доцент кафедры «Финансы и банковское дело»  
Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина  
Россия, г. Тамбов

**Черкашнев Роман Юрьевич**

кандидат экономических наук  
доцент кафедры «Финансы и банковское дело»  
Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина  
Россия, г. Тамбов

**Abstract.** The article discusses the key features and capabilities of the national system of payment cards "Mir", especially its functioning in modern conditions. The main benefits from the introduction of the national system of payment cards "Mir" for the banking sector, as well as for legal entities and individuals – users of the card "Mir". The directions of further development of the national system of payment cards "Mir": interbank transfers by card number, the introduction of the platform "Dispute Plus and others.

**Key words:** payment system, payment card, Bank, directions development, interbank transfers, controversial model.

**Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые особенности и возможности национальной системы платежных карт «Мир», особенности ее функционирования в современных условиях. Выделены основные выгоды от внедрения национальной системы платежных карт «Мир» как для банковского сектора, так и для юридических и физических лиц – пользователей карты «Мир». Раскрыты направления дальнейшего развития национальной системы платежных карт «Мир»:

межбанковские переводы по номеру карты, внедрение платформы «Диспут Плюс и другие.

**Ключевые слова:** платежная система, платежная карта, банк, направления развития, межбанковские переводы, диспутная модель.

Современные политические проблемы и противостояния различных стран мира против России в вопросах сотрудничества и совместного экономического развития заставляют Российскую Федерацию становиться сильнее и независимее от внешних факторов. Финансовая система любого государства имеет первостепенное значение в его формировании, развитии и укреплении на политической арене. Что, несомненно, дает уверенность, независимость, безопасность и международный авторитет. Так, введение экономических санкций на рынке банковских услуг, принимаемых в отношении России отдельными странами, политическими блоками и международными организациями в целях подрыва российской экономики и создания препятствий для ее дальнейшего развития и отключение популярных сервисов Visa и MasterCard для российских банков, сыграло на государственном уровне огромную роль в создании глобальной национальной российской платежной системы.

Несмотря на существование большого многообразия платежных систем на российском платежном рынке, Россия нуждается в наличии собственной независимой платежной системы, деятельность которой направлена на реализацию национальных интересов и обеспечение безопасности финансовой системы. Созданная национальная система платежных карт «Мир» (далее – НСПК «Мир») является полностью отечественным продуктом, разработанным по самым современным технологиям. Долгое время наша страна находилась в экономической зависимости от зарубежных платежных систем. Становление собственной национальной платежной системы раскрывает перед нашей страной новые направления тесного сотрудничества с другими странами мира, дает возможность экономической независимости, устойчивости, безопасности и развития новейших отечественных технологий [3].

Ключевые особенности проекта НСПК «Мир» — это, безусловно, его

уникальность, масштабность, социальная значимость и минимальные сроки реализации. Проект объединяет всю Россию: коммерческие банки и национально значимые платежные системы. Система обрабатывает порядка 17-18 миллионов транзакций в день [3].

Основные возможности национальной платежной карты «Мир» представлены на рисунке 1.



**Рисунок. 1. Основные возможности национальной платежной карты «Мир» [2].**

По показателям текущей динамики развития НСПК «Мир» и направлениям постоянной работа над наполнением карты дают уверенность, что конкуренция с другими платежными системами будет достойной. Охватывая, все больше участников и регионов, развивая географическую экспансию, карта «Мир» развивает пакет услуг, ей можно будет оплачивать общественный транспорт, государственные и муниципальные услуги, она сочетает в себе не только платежный, но и социальный функционал. Достаточно уверенно карта «Мир» покоряет интернет.

Постоянно растет число банков, ставших участниками НСПК «Мир» (практически 70% банков, функционирующих на территории РФ). Также отмечается рост количества кредитных организаций, осуществляющих эмиссию

и/или эквайринг платежных карт в России (табл.1.) [4].

**Таблица 1. Количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию и/или эквайринг платежных карт в России [4]**

	<b>Кредитные организации России</b>	<b>В т.ч. осуществляющих эмиссию и/или эквайринг</b>	<b>В т.ч. осуществляющих эмиссию</b>	<b>Осуществляющих эквайринг</b>
Данные ЦБ по учёту всех систем платёжных карт на 01.01.2018	561	395	391	354
Данные АО НСПК по системе платёжных карт Мир на 19.03.2018	370	368	147	366

Такая динамика вполне понятна, законодательством Российской Федерации установлено требование к кредитным организациям об обязательном предоставлении национального платежного инструмента Российской Федерации (карты «Мир») всем категориям граждан Российской Федерации, получающим выплаты из средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации. По оценкам, количество граждан Российской Федерации, относящихся к данной категории, составляет более 70 млн.

Существует целый ряд выгод от введения и использования НСПК: НСПК «МИР» принадлежит Центральному банку РФ и является независимой от компаний других стран; с ее помощью можно осуществлять все те же расчетные операции, что и с помощью других систем: снимать наличные, оплачивать покупки по безналичному расчету и совершать другие операции (объем операций с использованием карты «Мир» постоянно возрастает); карты принимаются в любой точке страны, а также и за рубежом (кобейджинговые карты («Мир»-Maestro и «Мир»-JCB Япония)); карта отвечает всем нормам безопасности (чип, магнитная полоса, голограмма); низкие платежи за

транзакции и комиссионные сборы за проведение банковских операций; программа лояльности – запущен механизм премирования покупателей путем возврата части денежных средств за покупку (cash-back) [5].

НСПК «Мир» постоянно развивается. Идет работа над созданием экосистемы бесконтактных платежей, основанных на международных стандартах и обеспечивающих в ряде случаев моментальность совершения операций держателями карт в широком круге предприятий торговли и услуг (в 2017 году было продемонстрировано бесконтактное платежное приложение ПС «Мир», встроенное в интеллектуальные часы, с помощью которых была выполнена покупка).

В настоящее время запущен пилотный проект совместно с Россельхозбанком. В результате реализации которого, появится возможность расплатиться картой «Мир» при помощи браслета или брелка, принцип действия у которых аналогичен действию обычной бесконтактной карты «Мир». В данные аксессуары будут встроены чипы платежной системы, позволяющие совершать покупки или оплачивать проезд простым прикосновением аксессуара к платежному устройству.

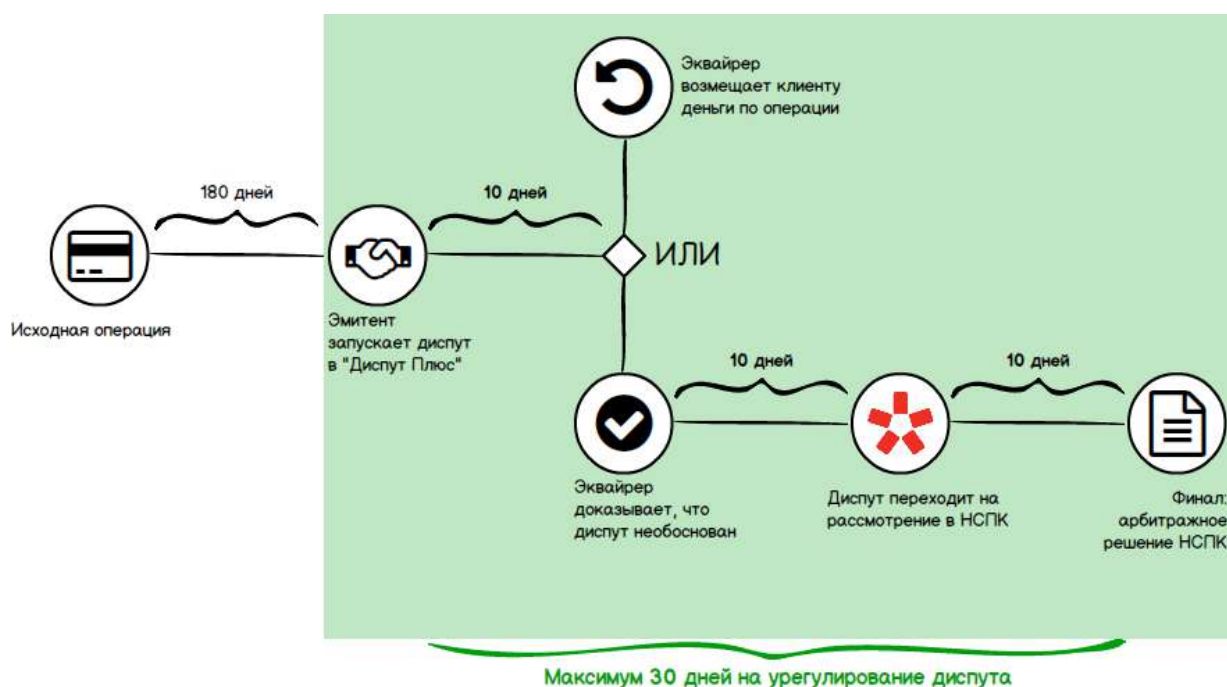
Дальнейшим развитием НПС «Мир» станет запуск Сбербанком с 2019 года сервиса межбанковских переводов на карту по номеру карты. В настоящее время такие переводы можно совершать только по номеру счета карты.

В 2018 году внедрена новая платформа «Диспут Плюс». Диспут — это проблемная ситуация, которая возникает у клиента — физического лица при оплате банковской картой. Она может быть связана и с технической ошибкой, но чаще возникает из-за некорректного поведения продавца товара или поставщика услуги. Диспут можно назвать аналогом судебного процесса, но без суда.

Диспутная модель существует у всех крупнейших платежных систем. Ее схемы примерно идентичны. При этом покупатель и продавец в процессе почти не участвуют — основной спор идет между банком-эмитентом и банком-эквайером. Арбитром (конечным «решальщиком» споров) здесь выступает

платежная система, чей логотип указан на карте, по которой была совершена спорная операция. Конечно, если эмитент и эквайер — один и тот же банк, то процедура упрощается, и тогда платежная система в разрешении спора не участвует [1].

Держатель карты «Мир» может открыть диспут путем подачи заявления в банк, выпустивший карту, в течение 180 дней со дня списания средств с его карточки (по картам других платежных систем этот срок составляет 120 дней) (рис. 2).



**Рисунок 2. Механизм действия диспутной модели [1].**

В случае с кобейджинговой картой («Мир — Maestro», «Мир — JCB», «Мир — UnionPay») споры по операциям, совершенным на территории России, будут идти по диспутной модели НСПК и займут до 30 дней. Если же транзакция по такой карте пройдет за рубежом, то спор по ней будет урегулирован в рамках классической модели диспутного цикла, действующей у международных платежных систем, и урегулирование займет до одного года.

Платформа «Диспут Плюс» создана для эмитентов, эквайеров и платежной системы «Мир». Клиент и торговая точка не участвуют в общении через платформу [1].

На текущий момент модель диспутного цикла от НСПК действует только для держателей карт «Мир», выпущенных любыми банками.

За месяц полноценной работы платформы «Диспут Плюс» (25 июля — 25 августа 2018 года) было обработано около тысячи диспутов (936 штук). Основные причины диспута: банкомат не выдал наличные (39% споров), товар был оплачен, но не получен (33%) и неуспешная транзакция (17%).

Около половины (48%) диспутов были признаны обоснованными. Эквайер признает диспут обоснованным, когда возмещает клиенту деньги по операции. Чаще всего признаются обоснованными диспуты по следующим причинам: нарушение технологии совершения операции (83% обоснованных диспутов); заказ или подписка отменена (69%); банкомат не выдал наличные (67%).

Средний срок ответа в «Диспут Плюс» сейчас составляет четыре дня. Быстрее всего участники процесса отвечают по «банкоматным» диспутам (три дня). Рекордный ответ на диспут — 18 минут [1].

Таким образом, наблюдая развитием НСПК «Мир», можно с уверенностью сказать, что данный глобальный проект несет в себе большие перспективы, обеспечивает увеличение доли национальных платежных инструментов в общем объеме рынка переводов денежных средств, а также повысит конкурентоспособность НСПК в долгосрочной перспективе. НСПК «Мир» снижает зависимость финансовой системы России от международных платежных систем, усиливая тем самым её экономическую безопасность.

#### List of references

1. Дубровская А. Недолгий спор: вам вернут деньги быстро и без суда [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10640898>
2. Зубков И., Маркелов Р. Число пользователей карт "Мир" превысило 17 миллионов // Российская газета - Федеральный выпуск №7366 (200) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rg.ru/2017/09/06/chislo-polzovatelej-kart-mir-prevysilo-17-millionov.html>
3. Львова Г.И. Эффективные стратегии национальной платежной системы России [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:[https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28778742\\_67749307.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28778742_67749307.pdf)
4. Карты национальной платёжной системы «Мир» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://bankirsha.com/karty-nacionalnoy-platyozhnoy->



sistemy-mir.html

5. Стратегия развития национальной системы платежных карт от 06 февраля 2015 года (протокол N7 от 09.02.2015) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.nspk.ru>

## **Tang Nannan Classification and codification of property insurance in the Chinese market**

**Tang Nannan**

Post-graduate student of Finance and lending Department  
Peoples' friendship university of Russia  
Russian Federation Moscow,  
nannan.tan@mail.ru

## **Классификация и кодификация страхования имущества на китайском рынке**

**Тан Наньнань**

Аспирант кафедры финансы и кредитов  
Российский университет дружбы народов  
РФ г. Москва

**Аннотация.** На данный момент, китайская экономика развивается стабильно и быстро, включая отрасль страхования. Китайский страховой рынок - один из самых мощных рынков на мировой сцене. Несмотря на то, что китайский страховой рынок является несовершенным и молодым, у него есть замечательная будущность под руководством Китайского комитета по контролю и управлению банковской и страховой деятельностью. В нашей работе мы будем исследовать классификацию и кодификацию страхования имущества на китайском рынке.

**Ключевые слова:** страхование имущества, страхование за имущественный ущерб, страхование ответственности, страхование кредитов, страхование гарантий.

**Abstract.** At this moment, the Chinese economy is developing steadily and rapidly, including the insurance industry among them. The Chinese insurance market is one of the most powerful markets on the world stage. Although the Chinese insurance market is imperfect, even very young, it also has a wonderful future under the leadership of the Chinese Committee for the Control and Management of Banking and Insurance Activities. In our work, we will explore the classification and codification of property insurance in the Chinese market.

**Key words:** property insurance, insurance against loss or damage to property, liability insurance, credit insurance, bond insurance.

Страхование имущества возникло в морском страховании в Италии, которое уже содержало нормативные положения в средневековых морских

правилах. После 16-го века он быстро развивался в других странах Западной Европы. В это время покупки и продажи страховых договоров были довольно распространенными. С передачей Центра морской торговли Лондон стал ведущим мировым рынком морского страхования в 17 веке. 2 сентября 1666 года в Лондоне произошел самый ужасный пожар в истории. На второй год некоторые люди начали покрывать риск пожара в своих домах. С тех пор в соответствии с практикой морского страхования, охват земельной собственности постепенно расширился почти до всех стихийных бедствий и аварий. Предмет страхования расширился от жилья до любого материального имущества и, наконец, к нематериальному имуществу и даже к собственности, льготы также могут быть покрыты.

С 1980 года, помимо восстановления бизнеса страхования, китайский рынок держит тенденцию быстрого темпа развития. Премии за страхование имущества увеличились с 460 млн. юаней в 1980 году и до 299,29 млрд. юаней в 2009 году. Если ценовой фактор не учитывается, то средний темп роста намного выше, чем темпы роста ВВП. По развитию периода «Одиннадцатая пятилетка» общая сила и операционная эффективность отрасли страхования имущества в Китае были значительно улучшены, отраслевые риски были эффективно предотвращены, а способность обслуживать экономику и общество еще больше возросла. В то же время, через упорядочения в последние годы, рыночный порядок страхования имущества значительно улучшился. Например, более серьезные проблемы, такие как ложная сдача, ложные вклады и ложные претензии, значительно улучшились.

Имущественное страхование (англ. Property insurance) представляет собой совокупность видов страхования, предусматривающих обязанности страховщика по страховым выплатам страхователю (выгодоприобретателю) в размере полной или частичной компенсации ущерба, нанесённого страховым случаем его имущественным интересам, связанным с владением, распоряжением и пользованием объектами имущества (в том числе в процессе предпринимательской деятельности), а также с обязательствами, возникшими в

результате причинения вреда (в том числе нарушением договора) страхователем (страхованным лицом) жизни, здоровью или имуществу третьих лиц. [6, с. 651]

Имущество разделяют на несколько видов, например материальное имущество (англ. Tangible property), невидимый потенциальный доход и ответственность.

По виду имущества страхования имущества разделяется на три типа.

Во-первых, это страхование за имущественный ущерб (англ. Insurance against loss or damage to property), именно его предмет является материальным имуществом.

Страхование за имущественный ущерб охватывает несколько конкретных типов. Морское страхование (англ. Marine insurance), которое защищает суда и грузы от разных рисков, производящие в периоде выполнения морских рейсов.

Страхование грузов (англ. Cargo insurance) обеспечивает защиту от убытков, связанных с повреждением и потерей груза в процессе перевозки водным, воздушным, автомобильным или железнодорожным транспортом.

Страхование от огня (англ. Fire insurance) предназначается для защиты убытков в результате повреждения зданий и находящегося в них имущества от огня. Обычно распространяется на широкий круг рисков, который охватывает как взрывы паровых котлов, газопроводов и т.д., так и удары молнией и иные подобные риски.

Страхование транспортных средств (англ. Vehicle insurance) обычно происходит на случай их уничтожения или повреждения, похищения.

Страхование строительства (англ. Project insurance) или страхование строительно-монтажных рисков обеспечивает защиту участников строительства от рисков случайной гибели или повреждения объектов строительных работ, строительного оборудования, другого имущества, а также гражданской ответственности за причинение вреда третьим лицам.

Сельскохозяйственное страхование (англ. Agriculture insurance) страхует сельскохозяйственное имущество, движимое и недвижимое, в том числе земли,

сельскохозяйственных сооружений, сельскохозяйственной техники и оборудования, сельскохозяйственных животных. А также доходов от сельскохозяйственной деятельности.

Во-вторых, это страхование ответственности (англ. Liability insurance) – отрасль, объединяющая виды страхования, в которых объектами страховой защиты являются имущественные интересы, связанные с возмещением страхователями причинённого ими ущерба (убытка, вреда) личности или имуществу третьих лиц, которым в силу закона или по решению суда производятся соответствующие выплаты, компенсирующие причинённый вред. Основной целью страхования ответственности является страховая защита экономических интересов возможных причинителей вреда вследствие каких-либо действий или бездействия страхователей [1, с.329]

Страхование ответственности охватывает много типов, но на самом деле можно выделить на 4 типа.

Страхование общественной ответственности (англ. Public liability insurance) – это вид страхования за причинение вреда третьим лицам на случай предъявления требований широкой публики о возмещении убытков от недобросовестного исполнения обязанностей. Оно страхует клиентов на определённом месте, например завод, музей, гостиница, магазин и другие, на процессе перевозки или на действие торговли и т.д. Комплексное страхование общественной ответственности, страхование ответственности за помещения (англ. Premises liability insurance), страхование ответственности подрядчиков (англ. Contractor's liability insurance) и страхование личной ответственности (англ. Personal liability insurance) входят на страхование общественной ответственности.

Страхование ответственности за продукт (англ. Product liability insurance) предназначает для защиты производителей и поставщиков от убытков, связанных с удовлетворением претензий покупателей, которые получили телесные повреждения или имущества которых было повреждено в результате использования продукции данного производителя или поставщики.

Страхование ответственности работодателя (англ. employer's liability insurance), при котором страховщик обязуется покрыть сумму компенсаций по претензиям к работодателю со стороны работников, в частности покрыть сумму компенсаций за производственные травмы, профессиональные заболевания и т.п.

Страхование профессиональной ответственности (англ. Professional liability insurance), это вид страхования ответственности связывает с риском финансовых потерей или травмы из-за необходимости компенсировать ущерб, причинённый третьим лицам ошибочными действиями специалиста. Часто используется как врачами, адвокатами, бухгалтерами и т.д.

В-третьих, это страхование кредитов (англ. Credit insurance) и страхование гарантий (англ. Bond insurance). Кредитное страхование является видом страхования по объектам кредита должника при сбыте кредита и фидуциарном кредите. Когда должник не выполняет урегулирование задолженности, страховщик предоставляет страхователем защиту от рисков.

По объектам страхования страхование кредитов может разделить на коммерческое кредитное страхование, банковское кредитное страхование и еще государственное кредитное страхование. По территории осуществления операций страхования, страхование кредитов может выделить на внутреннее кредитное страхование и экспортное кредитное страхование.

Гарантийное страхование - это страховка, на которую страховщик несет ответственность за экономическую компенсацию, когда поведение застрахованного лица причиняет страхователем экономических убытков. В Китае мы часто увидим два вида страхования гарантия - это страхование лояльности и страхование выполнения договоренности.

Премия за страхование имущества в 2017 году 2039,955 млрд. юаней, увеличившись на 20,04%. Десять предприятий в первоначальном доходе страховых премий компаний по страхованию имущества в 2017 году - PICC, Ping An Cai, Tai Bao Cai, China Life Property, China United, Land Property, Sunshine Property, Taiping Insurance, Export Credit и Cheonan. Среди них PICC

заняли первое место, Ping An Cai и Tai Bao Cai заняли второе и третье места соответственно (см. Рис. 1).



**Рисунок 1. Темп роста страховой премии имущества страхования с 1980 г. по 2016г. в Китае**

**Источник:** 中国保监督管理委员会

На страховом рынке имущества имеет такие черты, страхование автомобилей является большим, и неавтоматическое страхование имеет более высокие темпы роста. Концентрация увеличилась, и ведущий эффект был значительным и т.д. Такие черты и в положительной стороне, и в отрицательной стороне, для то чтобы быстро развивалось такой рынок, надо побыстрее и стараться решить проблемы, которые стоят перед нами.

#### List of references

1. Алиев, Б.Х. Страхование./ Махдиева, Ю.М. - Москва: ЮНИТИ, 2016. – 415 С.
2. Архипов, А.П. Андеррайтинг в страховании. Теоретический курс и практикум: учеб. пособ. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.- 240 с.
3. Барулин, С.В. Финансы: учебник. . – Кнорус-Москва, 2017. -640с
4. Волкова, М.В., Исаченко В.Ю. Развитие рынка страхования в Китае // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 4-6. – С. 1144-1146;
5. Деева, А. И. Финансы и кредит: учеб. пособ. – Кнорус-Москва, 2016. -534с.
6. Скамай Л.Г. страховое дело. Учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2016. – 299 С.
7. 孙祁祥. 保险学（第五版）[M].北京大学出版社., 2016. -347
8. 肖岩. 中国保险延边出版社., 2015. – 342с.
9. 中国保险史编辑委员会.中国保险史[M]. 中国金融出版社. 1998.
10. 中国保监督管理委员会 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим

доступа: [http:// http://www.circ.gov.cn/](http://http://www.circ.gov.cn/)  
UDC 33.336

## **Tang Nannan Classification and codification of personal insurance in the Chinese market**

**Tang Nannan**

Post-graduate student of Finance and lending Department  
Peoples ' friendship University of Russia  
Russian Federation Moscow,  
nannan.tan@mail.ru

## **Классификация и кодификация личного страхования на китайском рынке**

**Тан Наньнань**

Аспирант кафедры финансы и кредитов  
Российский университет дружбы народов  
РФ г. Москва

**Abstract.** In the modern stage, the Chinese insurance market is one of the largest markets in the world. Insurance in China is a very young industry, it has a great perspective, it plays an important role in the world scene. In our work, we will examine the classification and codification of personal insurance in the Chinese market.

**Key words:** commercial insurance, personal insurance, life insurance, endowment insurance, medical insurance.

**Аннотация.** В современном этапе, китайский рынок страхования - один из самых больших рынков во всем мире. Страхование в Китае является совсем молодая отрасль, у неё большая перспектива, он в мировой сцене тоже играет важный роль. В нашей работе, мы будем исследовать классификацию и кодификацию личного страхования на китайском рынке.

**Ключевые слова:** коммерческое страхование, личное страхование, страхование жизни, страхование на дожитие или на случай смерти, медицинское страхование.

В течение многих веков в Китае существовали страховые ассоциации, которые гарантировали доставку к месту назначения транспортируемых ценностей. В 1805 г. бизнесмены Великобритании в Китае стоили самую первую страховую компанию – Гуан Дун торговое общество страхования. В 1865 г. в Шахае образовалась страховая компания И Хэ, являясь самой первой страховой организацией, которая строилась китайским народом.

С 1980 года, помимо восстановления бизнеса страхования, китайский рынок держит тенденцию быстрого темпа развития, но в сравнении с

развитыми государствами глубина страхования и плотность китайского страхования оставалась на низком уровне.

На современном этапе китайский рынок страхования один из самых больших рынков во всем мире, и по величине собираемой премии, и по численности контрактов. Одна из тенденциозности совершенствования того аспекта реально во всех государствах представляется увеличение значимости страховой торговли, что объясняется осложнением сторон всех производственного действия и жизнедеятельности граждан. Страхование в Китае является молодой отраслью, поскольку у неё большая перспектива и на мировой сцене играет важную роль, но у нее есть массовые недостатки. В нашей работе мы будем исследовать классификацию и кодификацию личного страхования и страхования имущества на китайском рынке

В нашей работе мы будем сосредотачиваться на классификации личного страхования.

При личном страховании в качестве объектов страхования выступают жизнь, здоровье и трудоспособность человека. Данный вид страхования сочетает рисковую и сберегательную функции. [1]

Личное страхование – совокупность видов страхования (отрасль видов страхования), где в качестве объекта страхования выступает имущественный интерес страхователя, связанный с жизнью и здоровьем. Именно ей является отношения по защите личных интересов физических лиц при наступлении определённых событий (страховых случаев) за счёт денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий).

Страхование жизни – страхование, предусматривающее защиту имущественных интересов застрахованного лица, связанных с его жизнью и смертью. Страхование жизни обычно связано с долговременными интересами застрахованного лица в силу того, что жизнь рассматривается как длительное состояние, и, соответственно, событие смерти видится непрогнозируемым и отдалённым.

Суть страхования жизни предусматривает регулярные долговременные



финансовые отношения между страхователем и страховщиком. Накопительное страхование жизни - это страхование, в котором присутствуют как минимум два инвариантных риска: дожитие и смерть.

Наглядно классификацию страхования жизни можно рассматривать как страхование жизни на срок (англ. term life insurance), пожизненное страхование жизни (на случай смерти) (англ. Permanent life insurance), страхование на дожитие или на случай смерти (англ. Endowment insurance) и инновационное страхование жизни.[10]

Страхование жизни на срок (англ. term life insurance), временные платы страхования защищают человека от смерти на определённый срок. Это срок может составлять от 1 года до 30 лет. Однако срок всегда конечен. Кроме того, для подобных полисов страховщики устанавливают предел возраста, до которого человек может пользоваться таким контрактом. Для многих китайских компаний этот предел составляет 50 или 60 лет, и человек старше этого возраста уже не может иметь такой полис.

Страхование жизни на срок защищает человека от смерти по любой причине, но только на периоде действия контракта. Денежной стоимости такие полисы не накапливают.

Из-за того, что для страховых компаний не надо за все полисы выплачивать в качестве компенсации, поэтому страхованная премия этого типа страхования не высокая, то, почему этот тип страхования соответствует страхованного лица, у кого-то низкая степень заработной платы.

Страхование жизни на срок можно разделить на нормированное страхование жизни, для него самое важное, что страховые возмещения на сроке действия страхового полиса не изменяется, возрастающее страхование жизни на срок и убывающее страхование на срок. На убывающее страхование на срок часто входит ипотечное страхование, кредитное страхование жизни и страхование на семейный доход.

Пожизненное страхование жизни (на случай смерти) (англ. Permanent life insurance) одна форма страхования жизни, при которой страховой полис

действует в течение всей жизни застрахованного. В отличие от срочного полиса страхования жизни имеет сберегательный элемент в виде наличной стоимости полиса, которая зависит от размера уплаченных страховых взносов и возрастает на протяжении действия полиса.

Страхование на дожитие или на случай смерти (англ. Endowment insurance) представляет собой программу долгосрочного страхования, заключающуюся в накоплении внесённых страхователем денежных средств на сберегательном счёте до наступления страхового случая (по независящим от заявителя причинам). Особенностью программы являются гарантированные выплаты в одном из двух случаев – либо в момент окончания действия договора, либо после смерти гражданина. Кроме того, договор может составляться на нескольких человек, и часто таким страховым продуктом может пользоваться вся семья.

Таким образом, вышеуказанные виды страхования жизни, а именно страхование жизни на срок (англ. term life insurance), пожизненное страхование жизни (на случай смерти) (англ. Permanent life insurance), страхование на дожитие или на случай смерти (англ. Endowment insurance) все как традиционное страхование жизни, так как, такие страхованные полисы не в полной мере учитывают влияние инфляции. Среди них есть несколько типов немножко избегали от вреда инфляции, например, страхования с участием в прибылях страхового общества. Денежная стоимость таких полисов инвестируется на государственные облигации, облигации компаний, акции, продукты недвижимости и т.д. Такие инвестиционные продукты закрывают относительное влияние инвестиций. Поскольку страхованная сумма традиционного страхования часто является неизменяемой, то роль защиты традиционного страхования жизни играет слабо, когда покупательная способность снижается из-за инфляции. На инвестиционный портфель страховых компаний облигации обладают большую часть, кроме новых облигации, все остальные старые облигации выражают только бывший коэффициент инфляции, и такой коэффициент инфляции может быть гораздо

меньше настоящего и будущего коэффициентов инфляции.

Страховые компании каждого государства выпускают новые типы страхования. Например, переменное страхование жизни с плавающей ставкой (англ. Variable life insurance), изменяемое страхование жизни (англ. Adjustable life insurance), универсальное страхование жизни (англ. Universal live insurance) и переменное универсальное страхование жизни с плавающей суммой (англ. Variable universal life insurance). Такие новые виды страхования жизни по сравнению с традиционными страхованием есть одной и той же черта, то изменяющие либо страхованная премия, либо страхованная сумма или денежная стоимость.

Страхование жизни с плавающей суммой (англ. Variable life insurance) – это форма страхования жизни, связанная с инвестированием в ценные бумаги. При использовании такой формы страхования владелец полиса уплачивает фиксированные страховые премии и выбирает схему, по которой будет инвестировать накопления наличной стоимостью полиса. Страховщик гарантирует выплату некоторой минимальной страховой суммы в случае смерти застрахованного, чем выше будет доход от инвестирования накопленной наличной стоимости полиса, тем больше будет фактическая страховая сумма.

Изменяемое страхование жизни (англ. Adjustable life insurance) – это разновидность страхования жизни, позволяющая владельцу страхового полиса менять условия страхования, в том числе страховую сумму, срок страхования, величину страховой премии, периодичность уплаты страховых премий и т.д.

Универсальное страхование жизни (англ. Universal live insurance) – это гибкая форма страхования жизни, при которой величина страховых премий и страховой суммы может меняться. Обычно такому полису соответствует накопительный счёт, если величина внесённой премии превышает определённую сумму, то разница поступает на счёт и увеличивает наличную стоимость полиса. На тот же счёт поступает процентный доход, полученный от инвестирования накопленных средств. Если величина очередной страховой

премии меньше установленной суммы или если очередная выплата страховых премий пропущена, то согласованная сумма будет списана со счёта. Оно сочетающее изменяемого страхования жизни, но его ставка денежной стоимости сильно связывает с рыночной процентной ставкой. У универсального страхования жизни ещё есть одна важная черта: владелец страхования может снять деньги со счёта такого полиса, и полис может продолжать действовать.

Универсальное страхование жизни с плавающей суммой (англ. Variable universal life insurance) – это разновидность страхования жизни, сочетающая черты универсального страхования жизни и страхования жизни с плавающей страховой суммой. Оно предоставляет возможность изменения величины страховой суммы и величины и графика уплаты страховых премий, поэтому увеличение накопленной наличной стоимости полиса зависит от доходности инвестиционного портфеля, выбранного владельцем полиса.

С повышением уровня жизни и медицинской техники средняя продолжительность жизни людей растёт с каждым днём. В начале основания Нового Китая ожидаемая продолжительность жизни населения составляла около 40 лет. Согласно данным шестой национальной переписи, проведённой в 2010 году, ожидаемая средняя продолжительность жизни населения в Китае в настоящее время составляет 74,8 года. Долголетие - самая востребованная цель человечества, но в течение относительно длительного периода после выхода на пенсию долголетие стало катастрофой, где источник жизни не гарантирован. Страхование ренты может использоваться для защиты от финансовых рисков в связи с продолжительным сроком жизни застрахованного.

Страхование ренты (англ. Annuity insurance) – это принятие страховщиком по договору страхования обязанности производить страховые выплаты страхователю или застрахованному лицу в фиксированной сумме и с установленной периодичностью при условии дожития его до предусмотренного договором срока (возраста) и полной уплаты им страховой премии. Таким образом, страхование ренты предполагает выплату страховой суммы в

рассрочку с установленной в договоре периодичностью. Страхование ренты также называют аннуитетом или аннуитетным страхованием. Страхователями при страховании ренты могут быть дееспособные физические лица, заключающие договоры страхования ренты в свою пользу или в пользу третьих лиц – застрахованных, а также юридические лица. При этом физические лица заключают индивидуальные договоры страхования ренты, а юридические, как правило, коллективные.

Цель страхования ренты – защита имущественных интересов застрахованных лиц, связанных с жизнью, трудоспособностью и пенсионным обеспечением. Договоры страхования, заключаемые с гражданами трудоспособного возраста, должны обеспечить им в старости или при иных обстоятельствах страхование того уровня доходов, которой был возможен при активной трудовой жизни застрахованного лица. Широко распространено страхование ренты в пользу третьих лиц.

На страховом рынке мы часто можем слушать разнообразные виды страхования ренты, и здесь мы будем по разным категориям классифицировать виды страхования ренты.

По способу уплаты страховой премии можно разделить на единовременное страхование ренты и рассрочное страхование ренты. Единовременное страхование ренты, т.е. страхователь один раз оплачивает страховую премию, когда он покупает полис страхования ренты. Рассрочное страхование ренты представляет собой, как страхователь утратить страховую премию в рассрочку. Периодичность уплаты может быть ежемесячной, ежеквартальной, ежегодной. Рассрочное страхование ренты ещё может разделить на равномерную уплату и уплату с плавающей суммой.

По периодичности выплаты страховой ренты можно разделить на ежемесячную выплату страхования ренты, ежеквартальную выплату страхования ренты и ежегодную выплату страхования ренты,

По дате выплаты страховой ренты можно разделить на начало периода выплаты страхования ренты и на конец периода выплаты страхования ренты.

По исходному моменту выплаты страхования ренты можно разделить на немедленное страхование ренты и отсроченное страхование ренты.

По сроку страховой выплаты можно разделить на повременное страхование ренты и пожизненное страхование ренты. При повременной ренте обязательства страховщика по страховой выплате устанавливаются на ограниченный период времени, т.е. выплата ренты застрахованному лицу производится в течение определённого договором периода времени или до конца жизни страхователя. При пожизненной ренте обязательства страховщика по страховой выплате устанавливаются до конца жизни страхователя.

По количеству бенефициара для полиса страхования ренты можно разделить на индивидуальное страхование ренты и соединённое страхование ренты.

По возврату уплаты ренты можно разделить на страхование ренты без возврата уплаты и страхование ренты с возвратом уплаты. На практике встречается ситуация, когда страхователь только начинает получать ренты и умрёт. Как правило, срок действия страхования ренты уже закончится, и одновременно выплата ренты кончится, так называется страхованием ренты без возврата уплаты. Очевидно, страхование ренты без возврата уплаты для страхователя не очень полезно, поэтому возникало и страхование ренты с возвратом уплаты, т.е. когда страхователь умрёт, бенефициар, который указывает на договоре тоже можно получить выплату от страхования рента.

По изменению суммы страхования ренты можно разделить на зафиксированное страхование ренты и страхование ренты с плавающей суммы.

На протяжении многолетней жизни, мы вынуждены встретиться с рисками болезней и несчастных случаев, поэтому возникает страхование здоровья. Страхование здоровья (англ. Health insurance) – это вид страхования, предназначенный для покрытия расходов на медицинское обслуживание и ущерб доходов из-за болезней, несчастных случаев и родового акта на процессе действия этого страхованного полиса. Медицинское обслуживание охватывает госпитализацию, операции, лекарственные средства и затраты других типов

медицинского страхования. Ущерб доходов представляет собой как страхователь из-за раны или инвалидности временно или постоянно потеряет трудоспособность вплоть до того, что у него ущерб доходов.

Мировые круги теории страхования ещё не сформировали единого понимания категории и определения страхования здоровья, поэтому необходимо дополнительно объяснить характер страхования здоровья путём сравнения страхования здоровья с другими соответствующими концепциями.

Во-первых, это страхование на случае болезни (англ. *Sickness insurance*). Страхование на случае болезни рассчитывает зарплаты на медицинское обслуживание и компенсирует ущербы доходов страхователя на случай болезни. Можно сказать, это один из видов страхования здоровья, так как страхование здоровья защищает страхователя не только на случае болезни, но и ещё на ситуации несчастных случаев и родового акта.

Во-вторых, это медицинское страхование (англ. *Medical insurance*). Медицинское страхование рассматривает зарплаты на медицинское обслуживание. Страхование здоровья охватывает медицинское страхование, так как страхования здоровья не только рассматривает зарплаты на медицинское обслуживание, но и ещё компенсирует ущербы доходов страхователей. В данном моменте на китайском страховом рынке существует только страхование здоровья по зарплате медицинского обслуживания, по компенсации ущерба доходов ещё нет, поэтому на китайском страховом рынке термины коммерческого страхования здоровья и коммерческого медицинского страхования часто смешивают использовать.

В конце концов, это страхование от несчастных случаев (англ. *Accident insurance*). Страхование здоровья и страхование от несчастных случаев есть разница на суть. Так как, страхования здоровья осуществлять выплаты на принцип компенсации, а не похож на страхование на несчастных случаев, по договору выплатить в качестве компенсации по обдуманной сумме.

Страхование здоровья по разной категории может выделить на несколько видов.

По сфере страхования может разделить на страхование от медицинских расходов (англ. Medical expense insurance) и страхование доходов в результате нетрудоспособностей (англ. Disability income insurance). Страхование от медицинских расходов обеспечивает защиту от расходов, которое связывает с оплатой медицинских обслуживаний, охватывает оплаты медицинской помощи, проведения хирургического лечения, требования в условиях стационара и т.д. Страхование доходов в результате нетрудоспособностей обеспечивает выплату пособий для возмещения утраченных в результате нетрудоспособности доходов, которое страхователь получил за выполняемую им работу.

По объекту андейррайтинга разделяют на индивидуальное страхование здоровья (англ. Individual health insurance) и коллективное страхование здоровья (англ. Group health insurance). Индивидуальное страхование – это заключение страхового договора между страховщиком и индивидуальным страхователем, именно страховой полис распространяется на отдельное лицо. Коллективное страхование применяется для защиты страхования нескольких лиц, которые выступают в качестве единого целого.

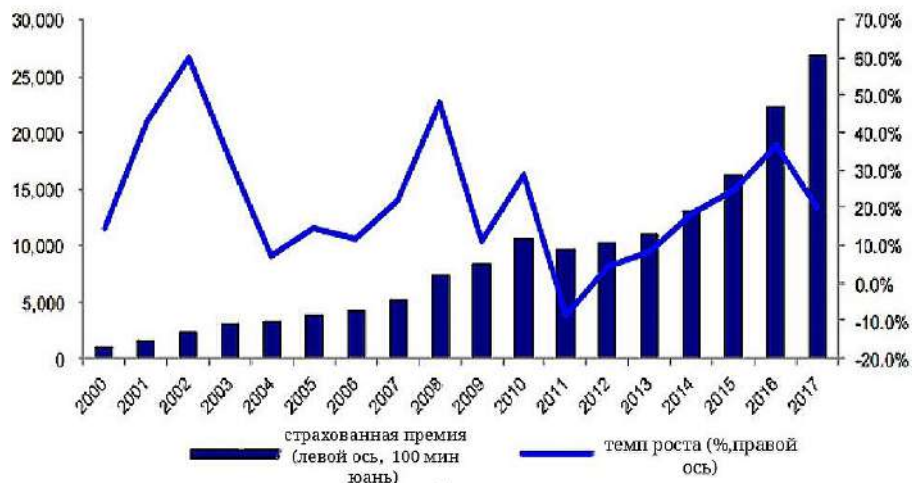
По форме осуществления разделяют на добровольное страхование здоровья (англ. Voluntary health insurance) и обязательное страхование здоровья (англ. Mandatory health insurance). Добровольное страхование осуществляется по принципу добровольности. Часто страховые компании или какие-то народные организации обслуживания реализуют операции такого типа страхования. Обязательное страхование здоровья часто связывает с законодательством.

По форме выплаты можно разделить на страхование здоровья с зафиксированной выплаты и страхование здоровья с выплатой по принципу пособия.

Общим страхованием здоровья являются страхование от медицинских расходов (англ. Medical expense insurance) (в том числе: простое, комплексное, дополнительное и специальное медицинские страхования), страхование доходов в результате нетрудоспособностей (англ. Disability income insurance) (в



том числе краткосрочное и долговременное) и страхование на случай длительного ухода (англ. Long term care insurance).



**Рисунок 1. Темп роста страховой премии личного страхования с 2000 г. по 2017г. в Китае**

**Источник:** 中国保监督管理委员会

Личное страхование в Китае развивается уже 25 лет, в 2017 году страхованная премия за страхование уже 2,67 трлн. юань. С 2000 г. по 2017г. средний темп роста состоит как 20,9%. (см. Рис. 1). Личное страхование на китайском страховом рынке занимает важное место, развивается на положительную сторону.

#### List of references

- 1.Алиев, Б.Х. Страхование./ Махдиева, Ю.М. - Москва: ЮНИТИ, 2016. – 415 С.
2. Архипов, А.П. Андеррайтинг в страховании. Теоретический курс и практикум: учеб. пособ. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.- 240 с.
3. Барулин, С.В. Финансы: учебник. . – Кнорус-Москва, 2017. -640с
4. Волкова, М.В., Исаченко В.Ю. Развитие рынка страхования в Китае // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 4-6. – С. 1144-1146;
5. Деева, А. И. Финансы и кредит: учеб. пособ. – Кнорус-Москва, 2016. -534с.
- 6 .Скамай Л.Г. страховое дело. Учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2016. – 299 с.
- 7.孙祁祥. 保险学（第五版）[M].北京大学出版社., 2016. -347
8. 肖岩. 中国保险延边出版社., 2015. – 342с.
9. 中国保险史编辑委员会.中国保险史[M]. 中国金融出版社. 1998.
10. 中国保监督管理委员会 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.circ.gov.cn/>

UDC 005.1

## **Telegina T.O. The peculiarities of introduction of agile methods in project management strategy**

**Telegina Tatyana Olegovna**

graduate student of Vladimir State University  
Russia, Vladimir,  
teleginatanya395@gmail.com

## **Особенности внедрения agile методологии в стратегию управления проектами**

**Телегина Татьяна Олеговна**

магистрант Владимирского Государственного Университета  
им. А. Г. и Н. Г. Столетовых  
Россия, Владимир

**Abstract.** The article analyzes the essence and peculiarities of application of the new method in project management by companies. Considered and justified all the reasons for the complexity of the implementation of agile methodology in the company, as well as studied the factors affecting the success of the spread of flexible methodology throughout the organization.

**Key words:** management, marketing, agile marketing, methods, planning, strategy, project, team project management, project management

**Аннотация.** В статье проводится анализ сущности и особенности применения компаниями нового метода в управлении проектами. Рассмотрены и обоснованы все причины сложности внедрения agile методологии в компании, а также изучены факторы, влияющие на успех распространения гибкой методологии во всей организации.

**Ключевые слова:** менеджмент, маркетинг, гибкий маркетинг, методы, планирование, стратегия, проект, команда управления проектами, управление проектами

Понятие «гибкий менеджмент» становится все более распространенным. Agile менеджмент — подход, согласно которому каждый участник процесса должен быть вовлеченным в процесс переосмысления своих задач и общего дела всей команды. Каждый может остановить конвейер и осуществить внесение своих рациональных предложений.

В опросе McKinsey, в котором приняли участие более 2500 человек, которые работают в самых разнообразных компаниях, различающихся по размерам, отраслям, регионам и срокам владения, 37 процентов респондентов

заявили, что их организации проводят гибкие преобразования в масштабах всей компании, а еще 4 процента заявили, что их компании полностью реализовали такие преобразования [4]. Сдвиг обусловлен доказательством того, что небольшие, многопрофильные группы гибких организаций могут оперативно реагировать на быстро меняющиеся рыночные возможности и требования клиентов. Действительно, более 80 процентов респондентов в гибких подразделениях сообщают, что общая производительность компании значительно увеличилась.

Agile команды имеют большую автономию и, как правило, состоят из восьми-десяти человек, а также они принимают собственные решения о том, как достичь своих целей. Это вызывает очевидный вопрос для людей, которые работали в более традиционных, иерархических компаниях: кто управляет agile организацией? И что именно делает agile менеджер?

Ответы становятся более ясными, когда появляется понимание того, что типичная agile компания использует матричную структуру и все сотрудники в гибкой команде должны четко определить свои ценности, которые устанавливают цели деятельности команды и их потребности.

Agile менеджеры распределяют талантливых людей в соответствующие команды, основываясь на их опыте и компетентности. По сути, agile менеджеры отвечают на вопрос «как» работает компания. Однако, менеджеры не говорят сотрудникам о том, над чем работать, не устанавливают приоритеты, не назначают работу и не определяют задачи, а также не контролируют повседневную рабочую атмосферу в команде.

У каждой функциональной линии есть лидер. Руководитель подразделения должен создавать подходящие возможности и подготавливать людей, то есть оснащать их необходимыми навыками, инструментами и стандартными подходами для обеспечения успешной работы всего подразделения. Руководитель отдела также должен оценивать, продвигать, тренировать и развивать своих сотрудников, но без традиционного прямого контроля. Руководители подразделений не участвуют в повседневной работе

сотрудников; они не проверяют работу членов своей команды, и они не обеспечивают ежедневный надзор. Поскольку они не обеспечивают прямой надзор, их диапазон контроля может значительно расширяться и у руководителей подразделений часто освобождается достаточное количество времени для решения вопросов, касающихся проблем развития всей организации в целом. В этом состоит главное отличие каскадной методологии от Agile методологии, «Гибкий менеджер» меньше занимается контролем, и больше – решением проблем и работой с командой.

Самые сложные проблемы, с которыми сталкиваются руководители подразделений - это отпустить повседневные проблемы и переключить все свое внимание на создание реальных возможностей для профессионального развития работника, а также на оказание помощи сотрудникам в сопоставлении их таланта и профессиональной направленности с правильными ролями в команде. Традиционные же менеджеры привыкли к более пристальному наблюдению за своими работниками.

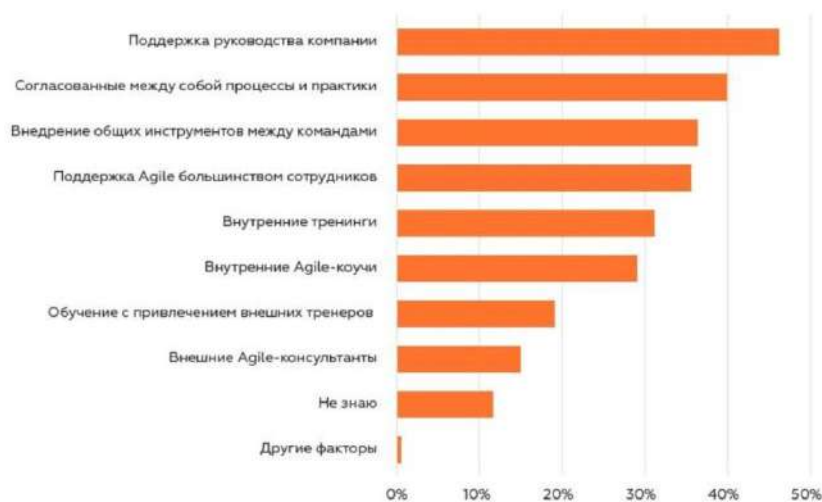
Лидеры гибких команд выступают в качестве мини-директоров, ориентированных на создание ценностей внутри команды. Их главная задача - разработать правильную стратегию и тактику для достижения желаемых результатов в бизнесе, а также определить, какая именно работа должна быть выполнена, установить необходимое количество инвестиций.

Самым сложным для традиционных менеджеров является отказ от необходимости полностью «владеть» всеми сотрудниками, работающими на них, а также переключать внимание на управление повседневной работой сотрудников, на развитие правильной бизнес-стратегии, на установление целей и приоритетов, и принятия правильных бизнес-решений.

Руководители команд не являются «боссом» для людей в своей команде. Они помогают планировать и организовывать выполнение работы, и они стремятся создать сплоченную команду. Они также вдохновляют своих работников, обеспечивают обратную связь с членами команды, сообщают о достигнутом прогрессе лидерам команды. Роль руководителя команды может

быть более или менее формальной и может даже со временем меняться в зависимости от того, над чем работает команда. Таким образом, в гибкой методологии управления проектами руководителя проектов нельзя назвать человеком, который раздает указания налево и направо. Руководитель в данном случае выступает скорее в роли лидера, который задает направление и устанавливает правила сотрудничества и работы.

На рисунке 1 представлены факторы, которые определяют успех масштабирования Agile на всю компанию [5]. Исследование было проведено официальным сообществом «Scrumtek».

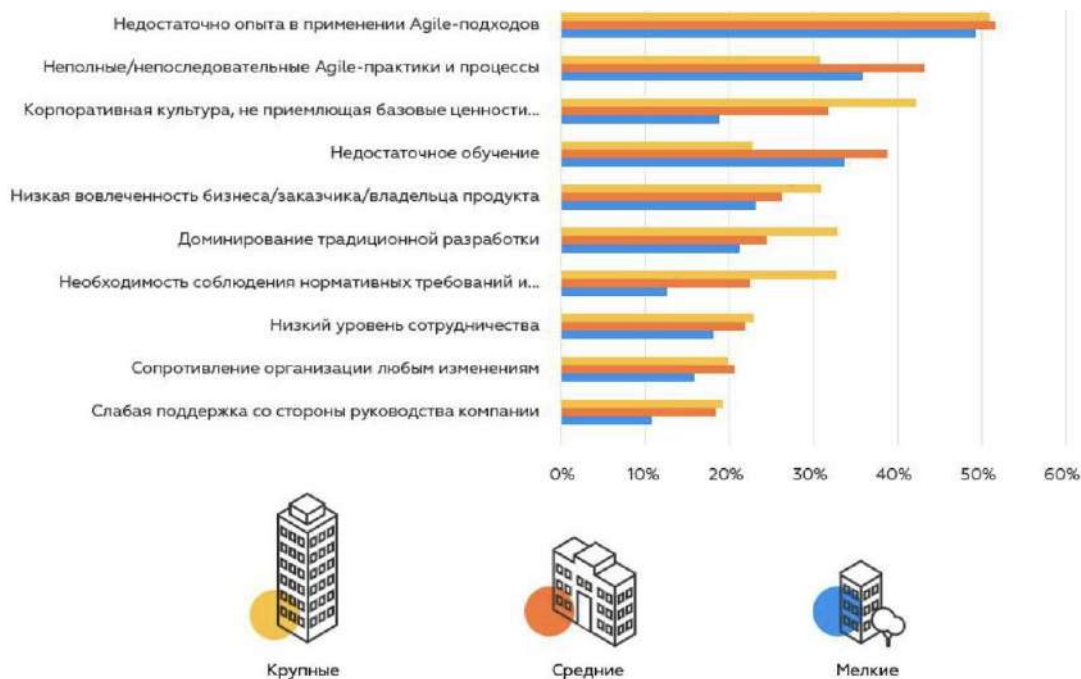


**Рисунок 1. Факторы, определяющие успех масштабирования Agile на всю компанию**

Таким образом, распространить Agile на всю компанию невозможно без поддержки руководства – так считает 48% респондентов, а также без поддержки большинством сотрудников – 36%. И действительно, сначала людей нужно мотивировать, а лишь потом обучать и развивать их профессиональные знания. Тем не менее, обучение и коучинг – тоже важные составляющие успеха масштабирования. Компании, масштабирующие Agile, должны нанимать Agile-коучей в штат (28%), а также привлекать внутренних (32%) или внешних (18%) Agile-тренеров. Это объясняет бурный рост рынка обучения Agile, который мы сейчас наблюдаем.

На рисунке 2 представлена диаграмма сложности внедрения методологии

Agile в российские организации различных размеров, источником информации является исследование, проведенное сообществом «Scrumtek» [5].



**Рисунок 2. Сложности внедрения методологии Agile в российские организации различных размеров**

По данным рисунка 2 можно сделать вывод, что главная причина торможения внедрения гибкой методологии является недостаточность ее применения - более 50% респондентов так считают. Кроме этого, заметным тормозом для компаний крупных размеров является - корпоративная культура, не приемлющая базовых ценностей Agile», чьи сотрудники отметили это в 42% случаев. Также именно в крупных компаниях часто мешают факторы необходимости соблюдения нормативных требований и контроль извне (33%), а также низкая вовлеченность бизнеса/заказчика/владельца продукта» (30%).

Средние компании отмечают также причину торможения внедрения гибкой методологии - недостаточность обучения (30%), а для малых средних компаний также в числе главных препятствий выступают «Неполные/непоследовательные Agile-практики и процессы» (44%).

Таким образом, для средних и мелких компаний для успешного внедрения agile методологии необходимо:

- 1) Внедрять Agile-подходы полностью, а не частично;

2) Вкладывать ресурсы в обучение работников Agile-методам.

А вот крупным компаниям на пути к гибкости необходимо решить довольно сложные задачи по изменению своей корпоративной культуры.

Можно сделать вывод, что в agile-менеджменте все члены команды и клиент, как правило работают вместе и рядом, благодаря чему значительно ускоряются многие рабочие процессы, которые связаны с информированием участников проекта. Кроме того, совместная работа способствует формированию здоровой атмосферы для плодотворного и эффективного сотрудничества и скорейшего достижения хороших результатов.

В случае работы руководителя проекта, его команды и клиента сообща, опасность утери информации, а также недопонимание сводится к минимуму. Все рабочие процессы становятся более прозрачными, а это приводит к тому, что любые проблемы, которые могут возникнуть в ходе реализации проекта можно разрешать практически моментально и самое главное - эффективно.

#### **List of references**

1. Роберт С. Мартин, Джеймс В. Ньюкирк, Роберт С. Косс. Быстрая разработка программ. Принципы, примеры, практика = Agile software development. Principles, Patterns, and Practices. — Вильямс, 2014. — 752 с. — ISBN 0-13-597444-5
2. Майк Кон. Scrum: гибкая разработка ПО = Succeeding with Agile: Software Development Using Scrum (Addison-Wesley Signature Series). — М.: «Вильямс», 2015. — С. 576. — ISBN 978-5-8459-1731-7
3. Larson E. W., Gray C. Project Management: The Managerial Process with MS Project. — McGraw-Hill, 2013.
4. Официальный сайт McKinsey & Company — международной консалтинговой компании, специализирующейся на решении задач, связанных со стратегическим управлением [Электронный ресурс]. - <https://www.mckinsey.com/quarterly/overview>
5. Официальный сайт сообщества Scrumtek [Электронный ресурс]. - <https://scrumtek.ru/userfiles/reports/AgileSurvey17.pdf>

UDC 336.71

**Topilskaya D.A., Cherkashnev R.Yu. Banking services and the conditions of their development in Russia****Topilskaya D.A.**Master course 1 course  
Tambov State University. G. R. Derzhavina  
Tambov, praslova\_dasha@mail.ru**Cherkashnev R.Yu.**Ph.D. Associate Professor at the Department of Finance and Banking  
Tambov State University. G. R. Derzhavina  
Tambov, zakat05@mail.ru**Банковские услуги и условия их развития в России****Топильская Дарья Александровна**Магистрант 1 курса  
Тамбовский государственный университет им. Г.Р.Державина  
г. Тамбов, РФ**Черкашнев Роман Юрьевич**к.э.н. Доцент кафедры «Финансы и банковское дело»  
Тамбовский государственный университет им. Г.Р.Державина  
г. Тамбов, РФ

**Abstract.** The Relevance of changes and modernization of the lending process is primarily due to the fact that lending is one of the most profitable and profitable operations of a commercial Bank. Considering this service from the macroeconomic point of view, lending develops the economy, affecting the increase in consumer demand, and develops industries such as trade, automotive, housing, etc.

**Keywords:** Bank, banking service, Deposit, Deposit, lending.

**Аннотация.** Актуальность изменений и модернизации процесса кредитования в первую очередь обусловлены тем, что кредитование – это одна из самых прибыльных и рентабельных операций коммерческого банка. Рассматривая данную услугу с макроэкономической точки зрения, кредитование развивает экономику, влияя на увеличение потребительского спроса, и развивает такие отрасли, как торговля автомобилестроение, жилищное строительство и другое.

**Ключевые слова:** банк, банковская услуга, депозит, вклад, кредитование.

На данный момент почти каждый банк во всем мире выполняет три основные функции: перемещение, сбор денежных средств, и их размещение. Все эти функции выступают в виде розничных банковских услуг, таких как



вклады, расчетно – кассовое обслуживание и кредитование. Сбор денежных средств, который предоставляется в виде такой услуги как депозиты и вклады сам по себе стоит банку денег с целью привлечения больше клиентов на вклады, банки повышают ставки, тем самым повышая и свои расходы. И соответственно, основной бизнес банка – это, конечно, предоставление кредитов. Кредитование, как один из основных видов розничных услуг банка является одним из привлекательных видов деятельности. Но современные условия экономики и большая конкуренция на рынке кредитования создают необходимость совершенствования бизнес – процессов в сфере кредитования как физических, так и юридических лиц.

Существует два вида банковских услуг: традиционные банковские услуги и нетрадиционные банковские услуги. Традиционные банковские услуги включают в себя депозитные, кредитные и расчетные операции. Нетрадиционные банковские услуги:

1. посреднические услуги;
2. услуги, направленные на развитие предприятия (внедрение на биржу, размещение акций, юридическая помощь, информационные услуги и тому подобное);
3. предоставление гарантий и поручительства;
4. доверительные операции (включая консультации и помощь в управление собственностью по поручению клиента);
5. бухгалтерская помощь предприятия;
6. предоставление клиентских интересов в судебных органах;
7. услуги по предоставлению сейфов;
8. туристические услуги. Необходимо заметить, что банкам запрещено заниматься производственной и торговой деятельностью, а так же страхование [2,с.134].

На данный момент банки жестко конкурируют между собой. Время высокого темпа роста кредитования ушло в недалекое прошлое, и в связи с этим усугубляется конкуренция, каждый банк стремится заполучить самого

привлекательного клиента в плане надежности и платежеспособности, что в свою очередь может влиять на снижение доходности банка.

Каждый банк стремится разработать свою определенную стратегию развития розничного бизнеса, в которой предусмотрены разные факторы и привлекательный продукт для заемщиков, и способы оценки кредитоспособности клиентов, так же особое внимание уделяется формированию и обучению сотрудников фронт – офиса.

Разрабатывая кредитные продукты банк в первую очередь заинтересован в своей личной прибыли, и опираясь на желания клиентов, банки снижают процентные ставки, но при этом формируют своего рода «коробочный продукт», то есть в дополнение самого кредита оформляются еще дополнительные услуги, например страхование. Рассматривая заемщика на кредитоспособность, банки проводят оценку и мониторинг потенциального клиента, рассматривая не только доходы клиента здесь и сейчас, но и возможность получения данного дохода на весь срок кредитования, так же современные банки сотрудничают с бюро кредитных историй. Бюро кредитных историй отображают реальную деятельность клиента в роли заемщика и в связи с этим, банки, опираясь на данные из бюро, принимают решение [3,с.77].

Особое внимание следует уделить развитию научно технического прогресса, так как это, несомненно, влияет на развитие и совершенствование розничных банковских услуг. Сегодня банки все чаще выбирают электронные каналы для продвижения и рекламирования своих услуг. Не секрет, что в последнее время тенденция сводится к тому, что банки стремятся сократить свои расходы на определенные операции. Стратегия модернизации ярко выражена в стремлении банков к максимальной автоматизации некоторых банковских операций, для снижения затрат и уменьшение стоимости той или иной услуги для самого клиента. Безусловно клиенты выбирают те банки, которые могут удовлетворить потребности с наименьшими затратами таких ресурсов, как время и деньги. Но введу менталитета российских граждан и низкой финансовой грамотности, все же остается такая группа клиентов,

которая не доверяет, например оплату кредита или услуг ЖКХ электронным устройствам и пользуются услугами лишь только живых людей (сотрудников банка), так как это им дает больше уверенности в том, что их платежи дойдут до места назначения. И конечно же многие специалисты отмечают, что степень текущей автоматизации находится на низком уровне и на сегодняшний день перед банками стоит задачи ее улучшения и новизны [1,с.67].

Среди распространенных на данный момент способов предоставления банковский услуг в нашей стране является дистанционное банковское обслуживание или по-другому «интернет – банкинг». С внедрением такой услуги как «клиент – банк», многие юридические лица получили возможность совершать операции в своей сфере деятельности, «не выходя из кабинета».

Сейчас стоит вопрос о продаже расчетных и платежных устройств, если сейчас люди привыкли в качестве таких устройств видеть банкоматы и терминалы, то теперь провайдеры мобильной связи пытаются утвердить в качестве платежного устройства мобильный телефон, возможно, теперь появится новая услуга в виде, например, «СМС – банкинга», где при помощи СМС – сообщений клиенты смогут прослеживать за состоянием текущего счета, получать выписки об операциях и так далее.

Упрощение оплаты услуг через интернет – банкинг и дополнительные бонусы привлекают новых клиентов. Подавляющее число систем же предлагает стандартный набор поставщиков, услуги которых наиболее часто оплачивает население (ЖКХ, сотовая связь, штрафы ГИБДД, налоги). Провайдеры систем интернет – банкинга борются за клиентов, расширяя дополнительный функционал, делающий оплату услуг более удобной для пользователя. Активно растет доля систем, предлагающих пользователю выбрать, забронировать и оплатить авиа – и ж/д билеты, совершить покупки в интернет магазинах, оплатить услуги провайдеров контента (аудио, видео и так далее). Банки расширяют набор партнерских программ, дающих дополнительные бонусы пользователям, что в итоге помогает им наращивать лояльную клиентскую базу. Многие банки до сих пор не уделяют внимания новым технологиям,

упуская возможность получать дополнительный доход. Для оценки целесообразности использования систем ДБО необходимо рассчитать уровень затрат на установку, настройку и запуск в работу данных систем. Так же, следует отметить, что разные системы дистанционного банковского обслуживания (ДБО) требуют разных затрат, но в тоже время, приносит разные доходы. Проводя оценку эффективности систем ДБО, необходимо учесть, что предоставление данных услуг поможет существенно сэкономить банкам на обслуживании клиентов и организации рабочего процесса. Перенос банковского обслуживания в интернет так же поможет сократить расходы на строительство новых отделений банка и на найме сотрудников. Интернет не может не привлекать уровнем своей электронной коммерции, которая с развитием техники только растет. Предоставляя пользователям возможность мгновенно оплатить товары, совершить банковский перевод и так далее делает интернет привлекательным в маркетинговом плане [4,с.152].

Выявим определенные достоинства интернет – банкинга.

Во – первых, предоставление услуг ДБО позволяет банкам сэкономить на операционной деятельности. В среднем, проведение операций операционистом банка обходится банку в 1 доллар США. Предоставление той же услуги с помощью Интернета снижает ее стоимость в десять раз, а при крупных оборотах, достичь которые стремятся все крупные банки, стоимость снижается еще больше.

Вторым явным преимуществом является снижение капитальных затрат наряду с высвобождением ранее занятых ресурсов. Предоставление ДБО позволяет банкам сэкономить на открытии новых отделений, стоимость которых очень высока, в то время как установка систем ДБО будет стоить в десятки раз дешевле. Для установки данной системы требуются относительно большие первоначальные инвестиции в технику, программы и настройку, но в дальнейшем нужна лишь небольшая финансовая поддержка. Самое главное достоинство данных систем для банков – это возможность выходить за рамки, не только территориальные, но и предпринимательские, удовлетворяя

максимум потребности клиентов, извлекая тем самым дополнительную прибыль. Доход банка при оказании услуг ДБО складывается из комиссионных, которые банк получает за проводимые со счетами клиентов операциями. Так же, банк может взимать разовую плату за предоставление доступа к системе или 46 периодическую плату за обслуживание клиентов. Чаще всего, такая плата берется с юридических лиц, которые в тоже время производят большое число операций, обеспечивая высокий комиссионный доход. Количество платежей, совершаемых физическими лицами, по сравнению с юридическими, невелико.

Поэтому доход зависит от количества клиентов банка, которые могут отказаться от этой банковской услуги, если будут обязаны платить существенную абонентскую плату. Можно заключить, что доход банка и окупаемость интернет системы зависит от количества клиентов, и их статуса и количества платежей. В тоже время, банк заработает больше, имея звание «высокотехнологичный банк». Развитие «интернет – банкинга», в данном случае можно сравнить с развитием сотовой связи. Некоторое время назад данная услуга являлась дорогой и доступ к ней имели лишь единицы, а рентабельность была отрицательной. Сейчас данная услуга пользуется популярностью и имеет высокую доходность. Благодаря технологическому процессу, себестоимость представления ДБО снижается, что говорит о повышении доходности. Остается только проблема привлечение потребителей. По мнению некоторых специалистов внедрение «интернет – банкинга» имеет смысл только при крупном развитии кредитной организации [5,с.99].

Таким образом, следует отметить, что научно – технический прогресс оказывает влияние на все сферы деятельности человека и в том числе и на развитие банковской системы в сфере предоставления населению розничных банковских услуг.

#### **List of references**

1. Банковский маркетинг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.bankmarkt.ru>
2. Герасимова Л. Н. учет хеджирования в современных условиях / / аудит и

- финансовый анализ. - 2012. - № 3.
3. Единственный способ превратить Россию в Международный финансовый центр-объединить усилия профессионального сообщества, регуляторов и государства. // Эксперт. - 2008. – 26 мая.
  4. Данилов Ю. А., Якушин А. Ф. IPO в России: итоги 2017 года. WP CCMD 2018. № 1. - М.: ОФД, 20018.
  5. Жуков е. деньги, кредит, банки. - Второе издание, М., единство, 2013.
  6. Посткризисный международный банкинг: все более локализованный и безопасный? Доклад о глобальной финансовой стабильности (Глава 2), МВФ, апрель 2015 года.

## JOURNALISM

### **Maneesha Dugannarala G.M. The cultural and educational effects of the applications of language styles in television programs**

**G.M. Maneesha Dugannarala**

MSC student, Mass Communication Dept., (RUDN University, Moscow)

maneeshadugannarala@gmail.com

**Abstract.** Television is a common social media, which transmits information, entertainment, art, sports, religion, political, economy and culture throughout the entire society. The language used by the television programs is directly captured by the society, because the television usually uses the prominent language in the particular society. The main objective of this study was to analyze the quality of the language of television. The other objective is to analyze the effect of television program on the culture and education in the society. The methodology of this study was based on qualitative data that was gathered by the participant's observation as a lifetime member of audience and furthermore literature sources were used to this study. Subsequently the data was analyzed descriptively and comparatively. The rapid growth of technology was cause to the development of television programs. According to the language used by journalist the language of the television program decided and it directly has effect on the mass society, who were the audience of that program. Especially the young generation addicted to new lexicons and they add these words to their academic language. So that the new lexicons diffused the eminent language in the society and it is has a harmful effect to the culture and education. The thinking ability of the population has decayed and the writing skills have gone downward. The television is used to fulfill the few stuffy businessmen's promoting campaigns and the society takes it as blinds. However, the responsibility of the television is not that, but rather developing the society with values, norms, attitudes and intelligence. Without fulfilling this responsibility, the television language has no worth in a single time space within the television program.

**Key words:** language, audience, communication, media linguistic, regional dialect.

#### **Introduction**

Nowadays the television has become a major effect in the modern society. The rapid growth and television has affected the development of human spirituality.

Television is an audiovisual media, as a result of that it provide a great opportunity to transmit any message to a large audience. Information, popularity, documentary, aesthetic and scientific knowledge facts are given to the human society through the television.

Human necessities have fulfilled through the television. Language use by the journalist is supposed to create the neologism via the different usage.

The encyclopedia Britannica define the language, "Language is a system of conventional spoken, manual, or written symbols by means of which human beings, as members of a social group and participants in its culture express themselves. The functions of language include communication, the expression of identity, play, imaginative expression, and emotional release."

The person's intelligence development is based on the words (language), ideas, point of views, personalities, values, norms, attitudes, and the guide for the human and nourished the personal values by the language.

The television is using each and every techniques even primary technique for. The direct communication through the interaction, as well as the speaking or usage of the language is one of the communication methods. It was a use of language strategy. The speaking can understand via the process of speaking and the results of speaking.

According to encyclopedia Britannica, the Television (TV) is defined as, "Television (TV) is an electronic delivery of moving images and sound from a source to a receiver. By extending the senses of vision and hearing beyond the limits of physical distance, television has had a considerable influence on society. Conceived in the early 20th century as a possible medium for education and interpersonal communication, it became by mid-century a vibrant broadcast medium, using the model of broadcast radio to bring news and entertainment to people all over the world."

Usually television addresses the audience by visually and verbally. There are millions of people all around the world watching television.

Proximity, quickness and parallel connection of audience are the specialty of which build by communication of television. Persuasion show the feeling of populace

effect on consciousness uplift by language of the television, which decides culture of television.

### **Objectives**

Our focus in this study is to analyze the quality of the language of television. Our ultimate goal is to present criteria based on identifying strength and weakness through the following factors to uplift the level of culture.

The special factors concern is that the news rules regarding the usage of language in television. There are no common criteria of acceptance of new rules and regulations regarding the usage of television language and literature.

There is in practical significances in delivering the meaning by using language as a medium, but when language is misused. There is a possibility of de-attachments of the audience drastically.

### **Methodology**

The entire research is based on qualitative method, and the descriptive and comparative discussion done about the topic. The data was gathered from observation, participant observation and the literature review. As primary data recourse the entire society was used, secondary data was collected through encyclopedias, related books and as tertiary data the internet websites were used to the present study.

### **Results**

Language usage in the television is an important factor while broadcasting the information to the audience. To mold the society, the television is doing a significant work. While broadcasting television programs the directors and the editors should put their attention to the language used in the program, because it directly affects the society without any barrier. Other than that, the receiving of information is different from person to person, according to their educational, social and mental background. As per the similar message given through the television may be effected in different ways to the different society. So that the television should be conceder on the factors, they discuss through the television program. The following factors are very important



when discussing about the socio-cultural and educational effects of the television programs.

### I. Language variation and change in broadcast media

The starting point for any discussion about language change and media has to be the locus of language variation and change itself, namely social interaction. The history of linguistic evolution, and certainly what we can witness from the earliest historical records, demonstrates that language variation and change arise from processes that take place between speakers during live social interaction. When people talk with each other, tiny adjustments are made on the individual level, and over time, and in conjunction with numerous other factors, but especially personal, social, and ideological, these shifts can lead to community-level systemic changes.

The advent of broadcast media at the turn of the twentieth century, and hence the mediation of language at first through audio alone (phonograph and then the radio) and then through the audio-visual medium of film and then television (e.g. Bushman & Huesmann, 2001), provided a different kind of experience of spoken language, alongside the usual spoken interaction. The expectation was that exposure to (standard) language varieties from radio and television broadcasting directly into people's homes would lead to sweeping structural changes in spoken language.

This is not to say that aspects of language may not be affected by media. Vocabulary and phrases are easily transmitted by media influence (Trudgill 1986, Rice & Woodsmall 1988, Charkova 2007). The intelligibility of standard accents can be greater than that of regional ones, and this may result from exposure to standard varieties via broadcasting (Clopper & Bradlow 2008). The shift to the representation of regional standard, and then nonstandard, varieties in broadcast media has led to a far greater awareness of regional dialect diversity, and more generally of dialects beyond one's own (Milroy & Milroy 1999). Across sociolinguistics, however, media influence on language seems to be limited to specific features, especially lexical, discourse, and pragmatic, which are also available for overt comment. But there are two possible exceptions, which also constitute particular kinds of language change: standardization of traditional/regional dialects, and rapidly diffusing linguistic

changes, which are the subject of this article.

## II. The influence of broadcast media on social behavior

In the early twenty first century, broadcast media form ‘part of the global sociolinguistic condition of a speech community’ (Androutsopoulos 2001:4; cf. Coupland 2009). Simply in terms of the possibility for exposure to media language, the statistics for television ownership and viewing are impressive: Bushman and Huesmann (2001) provide figures for the global ubiquity of television sets and hours of viewing per day for American households, showing the increase of viewing from 4.5 hours per day in the 1950s to 7.25 hours per day in 1998. Watching television has become the main leisure activity apart from sleeping for people of all ages (Strasburger 1995:2, Bushman & Huesmann 2001).

The mass media, including television, are a social institution (or set of institutions) that plays an integral role in the everyday life of most of the world’s population, and that constitutes a complex bundle of social factors for the sociolinguist to consider. Media provide more than opportunities for mass exposure to information, events, and associated instances of language use, fictional and otherwise. Some television programs constitute social phenomena.

Television as a factor in the history of English has mainly been considered within quantitative sociolinguistics, which is also the academic home of much current research on recent and contemporary variation and change in varieties of English. Within this research paradigm, and particularly amongst sociolinguists working in and on English, the influence of the broadcast media is thought to be weak, mainly affecting language awareness and attitudes towards varieties (e.g. Milroy and Milroy 1985a), and if involved in language change, only in the diffusion of higher level aspects of language, such as vocabulary, idiom and catchphrases (e.g. Chambers 1998: 126), or in the voluntary orientation towards a socially prestigious variety, such as a national standard (Trudgill 1986: 41). The pervasive view is that ‘at the deeper reaches of language change – sound changes and grammatical changes – the media have no significant effect at all’ (Chambers 1998: 124; see also Labov 2001: 228). The notion that the media might affect systemic language change has become a

'language myth' (Chambers 1998).

The averages of every people are in the society watch television less than 4 hours per day. This exposure, more than the total time spent in education, economy or other day to day work, must influence the viewer's thought processes and, consequently, behavior.

Because of violent and sexually oriented acts and language on television are based upon that premise. One possible influence of television, which has had little if any study, is that of its verbal language on the verbal language of its audience.

If television does affect writing skills, it is at two removes. First, the language-lexicon, grammar, syntax, figures- on television must be absorbed mentally by the audience.

Second, this absorbed language must be reflected in their writing. Tracing this possible connection between the language of television and the language of writing in freshman-level composition courses, for example, would be a difficult task, to say the least. Any possible absorption of language from television, which later might reappear in writing, must be almost osmotic, and the examination of that process and its effects would require highly ingenious experimental procedures.

### **Lexicon**

The size of the lexicon used on television is difficult to determine. For one thing, one must decide to what extent variant forms of a word, such as tense changes in verbs, are considered all one word or several. In this study I have considered them variants of a single word

### **Figurative language**

Although TV language does not include a huge lexicon, highly modified sentences, or extended utterances, complexity may be achieved through figures of speech. These are of two types, schemes and tropes. Schemes involve word order; tropes involve extension of meaning. Because the sentences and utterances in the TV scripts analyzed are so brief, schemes are virtually absent. Furthermore, tropes are inherently more interesting because they exploit the ambiguities of language. Tropes include such familiar figures as metaphor, simile, synecdoche, metonymy, allusion,

hyperbole, understatement, puns, and irony.

### **Conclusion**

The language used by the different television programs directly has effect on the culture and the education in the society. Moreover the thinking ability of the people is blunted by the current television language. The mega Tele dramas, reality shows, commercial adds which are use the gender and the language to popularize their television channel are not alien to the current society. The core of the content of television programs is not given a good or valuable message to the current society. The time, which is spent to watch the television, is wasted with this issue; it mainly has effect to the education of the students, because they are the persons who are mostly exposed to the more broadcasting time. The diffusion of different cultures via the television is badly effect to the culture of every society. The television is used to fulfill the few stuffy businessmen's promoting campaigns and the society takes it as blinds. However, the responsibility of the television is not that, but to develop the society with values, norms, attitudes and intelligence. Without fulfilling this responsibility, the television language has no worth in a single time space within the television program.

### **List of references**

1. Abercrombie, Nicholas. 1996. Television and society. Cambridge: Polity.
2. Crisell, A. (1999) 'Broadcasting: Television and radio' in J. Stokes and A. Reading (eds) The Media in Britain, Basingstoke: Macmillan.
3. Fiske, J. and Hartley, J. (1978) Reading television, London: Methuen.
4. Lado, R. ( 1957). Linguistics Across Cultures: Applied linguistics for language teachers. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
5. Wardhaugh, R. (1992) An Introduction to Sociolinguistics, Oxford: Blackwell.
6. Williams, R. (1990) Television: Technology and cultural form (2nd edn, ed. Ederyn Williams), London: Routledge.

## PEDAGOGY

UDC 37.01

### **Mukhametshina Y. A. Methods of formation of professional mobility as a tool for ensuring the quality of training of highly qualified personnel**

**Mukhametshina Yuliya Asgatovna**

Master, South Ural state University of Humanities and education»

**Scientific adviser**

**Zaitsev Vladimir Sergeevich**

Associate Professor, candidate of pedagogical Sciences  
South Ural state University of Humanities and education»

### **Формирование профессиональной мобильности как средство обеспечения качества подготовки высококвалифицированных кадров**

**Мухаметшина Юлия Асгатовна**

Магистр, ФГБОУ ВО «Южно-Уральский  
государственный гуманитарно-педагогический университет»

**Научный руководитель**

**Зайцев Владимир Сергеевич**

Доцент, кандидат педагогических наук  
ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный  
гуманитарно-педагогический университет»

**Abstract.** The method of formation of professional mobility activates the ability and willingness of the individual to quickly and successfully master new techniques and technologies, allows you to acquire the missing knowledge and skills that ensure the effectiveness of new career guidance activities. Professional mobility is manifested in the combination of professional knowledge, skills and abilities, specified in the ability to implement professional competencies in a particular professional activity. This article focuses on the stages of formation of professional mobility, the advantages of professional mobility, the criteria of highly qualified specialists.

**Key word.** Mobility, specialist, training, profession, information, method.

**Аннотация.** Методика формирования профессиональной мобильности активизирует способность и готовность личности быстро и успешно осваивать новые техники и технологии, позволяет приобретать недостающие знания и умения, обеспечивающие эффективность новой профориентационной деятельности. Профессиональная мобильность проявляется в совокупности профессиональных знаний, умений, мастерстве и навыков, конкретизированных в способности к реализации профессиональных компетенций в определенной профессиональной деятельности. В данной статье акцент делается на то, какие этапы формирования профессиональной мобильности существуют, достоинства профессиональной мобильности, критерии высококвалифицированных специалистов.

**Ключевые слова.** Мобильность, специалист, подготовка, профессия, информация, метод.

Мобильность человека играет всё более важную роль в современном обществе. Не только профессиональная, но и в целом социальная мобильность. Способность к быстрому передвижению, как истолковывает мобильность «Современная энциклопедия», сегодня чрезвычайно необходима. Ситуации и обстоятельства в современном мире могут меняться ежесекундно и кардинально. Умение в максимально короткие сроки перестроиться и приспособиться к произошедшим изменениям – это даже не удивительная человеческая способность. Сегодня это стало уже жизненно-важным и необходимым качеством. Профессиональная среда не составляет здесь исключения. От профессиональной мобильности зависит и качество работы специалиста, и его карьера в том числе.

Будь то менеджер, строитель, преподаватель или работник любой другой сферы, мобильность в рабочем процессе решает многое. Перед высококвалифицированными кадрами стоит множество задач, за решение которых на специалистов возложена большая ответственность. Это умение педагога преподать материал с использованием всевозможных технических новинок так, чтобы ученики усвоили урок, сдали экзамен и смогли применить свои знания в жизни. От того, насколько оперативно учитель сможет среагировать на любые изменения в образовательном процессе и перестроить свою работу под сложившуюся ситуацию, зависит качество преподавания, его профессиональная компетенция и реализация в будущем его воспитанников. Это только один из возможных примеров того, насколько важна

профессиональная мобильность в современных условиях стремительно меняющегося мира. Именно поэтому её формирование так необходимо в подготовке высококвалифицированных кадров. Это поможет специалистам приспособиться к постоянным переменам, которые неизбежны в рабочем процессе, и получить ценный опыт повышения своих профессиональных качеств и способностей.

Профессиональная мобильность граждан входит в один из целевых ориентиров, установленных президентом России Владимиром Путиным в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Это означает, что профессиональная мобильность сегодня является одним из приоритетных направлений в любой деятельности. Этим навыкам специалистов должны обучать ещё на этапе подготовки к работе, чтобы в профессию человек приходил уже «подкованным». Подготовка высококвалифицированных кадров должна быть ориентирована не только на подачу новых знаний в конкретной специальности, но также и на формирование профессиональной мобильности[1]. Только так человек способен освоить различные профессиональные приёмы и научиться грамотно использовать их. Причём, не только в своём деле, но и в смежных отраслях. Поскольку профессиональная мобильность предполагает достаточно лёгкое переключение между различными видами деятельности. Впоследствии именно формирование этого навыка и принесёт должные результаты: выработается профессионализм и компетенция[2]. Как считает кандидат педагогических наук Ю. О. Валитова, без профессиональной мобильности нынешние выпускники ВУЗов не смогут реализовать себя в полной мере в выбранной специальности в современных условиях постоянных изменений и новшеств. Успеха в профессии они достигнут только при условии формирования у себя профессиональной мобильности.

К слову, у профессиональной мобильности множество достоинств. Так, специалист, успешно сформировавший это качество у себя, станет востребованным работником, способным оперативно и качественно справиться

с любой поставленной задачей. Обладая профессиональной мобильностью, человек сможет легко осваивать новые профессии и специальности, новую технику и технологии, будет стремиться к повышению своего образования и квалификации, с лёгкостью сможет совмещать различные функции своей профессиональной деятельности и обогащать свой профессиональный опыт[5]. Именно этого сегодня и ждут работодатели от своих сотрудников и потенциальных работников. Мобильность, универсальность и желание обучаться часто встречаются в объявлениях о приёме на работу, как обязательные условия.

Методика формирования профессиональной мобильности высококвалифицированных кадров складывается из нескольких этапов. Как считают А. Ф. Мустафин и С. К. Савицкий в своей научной статье, необходимы три этапа[3].

Первый этап предполагает знакомство с методами обучения и объяснение. Будущие высококвалифицированные специалисты знакомятся с объектами своего изучения. По итогам завершения этого этапа, у них должны сформироваться общие представления об изучаемых предметах. Как правило, на первом этапе задействуется только репродуктивная способность обучающегося. Именно на начальной стадии происходит накопление базовых знаний и первые попытки к реализации своих возможностей на занятиях.

Второй этап представляет из себя применение репродуктивных методов и разъяснение возможных проблем, с которыми может столкнуться высококвалифицированный специалист. Уже на этом этапе студент должен освоить основные понятия настолько, чтобы полученные знания позволяли проводить анализ различных действий и их последствий. Это во многом позволяет развить вербальное мышление. Задача педагога на этом этапе – привести как можно больше примеров и возможных ситуаций, встречающихся в профессиональной деятельности. В свою очередь, главная задача студентов здесь – суметь применить новые знания на практике. Эти примеры помогут ещё глубже понять необходимость профессиональной мобильности и станут одним



из наиболее действенных толчков в её формировании. Понятно, что самый ценный опыт приходит уже непосредственно на практике, но именно представление различных ситуаций заранее может подготовить будущего специалиста к всевозможным проблемам. В итоге, придя в профессию, человек уже морально будет готов к разного рода трудностям, а что самое главное – будет знать, как найти выход из той или иной ситуации.

Третий этап формирования профессиональной мобильности заключается в частично-поисковых и исследовательских методах. На этом этапе будущий специалист должен овладеть информацией в такой степени, чтобы ему под силу становились задачи уже любой сложности. Со всеми поставленными целями он должен справляться, удачно применяя полученные навыки. Здесь от педагога требуется уже лишь создание необходимых условий, в которых будущие высококвалифицированные кадры смогли бы применить свои новые знания и способности, доказать на деле овладение профессиональной мобильностью[3].

В итоге после всех трёх этапов будущий специалист должен в достаточной степени для начала профессиональной деятельности овладеть новыми знаниями и умениями, научиться перестраиваться в профессии в зависимости от обстоятельств и приспосабливаться к нововведениям в работе.

Формирование профессиональной мобильности в образовательном процессе играет очень важную роль. Но ещё одной важной составляющей в формировании этого качества являются и возможности самой личности. От этого тоже многое зависит. Магистр по психологии управления образованием С. А. Сергеева считает, что человек должен быть активным сам по себе, чтобы добиться желаемого результата. Если личность не будет проявлять должного интереса, внимания и пассивно реагировать на всё происходящее, то никакая подготовка не поможет сформировать у него профессиональную мобильность. Только активная личность способна работать над постоянным совершенствованием своих профессиональных качеств, ставить для себя новые цели и добиваться их, с лёгкостью преодолевая любые препятствия. Именно активность во многом способствует формированию профессиональной

мобильности и реализации личности, как высококвалифицированного специалиста[4].

Таким образом, формирование профессиональной мобильности складывается из множества факторов. Для выработки этого навыка необходимо не только получение специальных знаний в образовательном процессе, но и соответствующие личностные качества. Однако, профессиональная мобильность сегодня необходима высококвалифицированным кадрам. В современном стремительно меняющемся мире без этого навыка просто не обойтись. Современный специалист должен уметь оперативно реагировать на все новшества и изменения и успешно внедрять их в свою деятельность. Сегодня это залог профессионального успеха и качества выполнения работы. В этом мнении сходятся многие специалисты, изучающие сущность профессиональной мобильности, и педагоги, занимающиеся подготовкой высококвалифицированных кадров. Поэтому применение методики для формирования профессиональной мобильности в современном мире необходимо. Это поможет и будущему специалисту сориентироваться в непростых переменчивых условиях профессиональной деятельности, и в целом окажет положительное воздействие на окружающую действительность. Ведь подходя к своей работе со всей ответственностью и выполняя её наиболее качественно, что и позволяет сделать профессиональная мобильность, высококвалифицированный специалист оказывает непосредственное влияние на жизнедеятельность людей и изменяет мир к лучшему.

#### **List of references**

1. Бобрышов, С. В. Историко-педагогическое исследование развития педагогического знания: методология и теория [Текст]. – Ставрополь : СКСИ, 2006.
2. Мустафин А. Ф., Савицкий С. К. Методика формирования профессиональной мобильности как инструмент обеспечения качества подготовки высококвалифицированных кадров // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 4. С. 196–198.
3. Неделько, Е. Г. Формирование мотивационной готовности к профессиональной мобильности у студентов вуза [Текст] : автореф. ... канд. пед. наук. – Магнитогорск, 2007. – 18 с.
4. Сергеева, С. А. Формирование профессиональной мобильности как фактор становления профессионально инициативного специалиста. [Электронный

- ресурс] Материалы I Всероссийской научно-практической Интернет-конференции "Профессиональная инициатива" 10.07.2012 URL: <https://conseducenter.ru/index.php/materialy1> (Дата обращения 05.10.2018)
5. Зайцев, В.С. История и методология педагогической науки // Учебно-методическое пособие для магистрантов по направлению подготовки 44.04.04 – «Профессиональное обучение»/ Челябинск, 2017. – 86 с.

## PSYCHOLOGY

UDC 159.9 : 331.44

### **Usatov I.A. Procrastination as a multidimensional phenomenon**

**Usatov Ivan Alexandrovich**  
master's degree of the Psychology  
Amur State University  
Russia, Blagoveshchensk, 89143845536@mail.ru

### **Прокрастинация как многоаспектный феномен**

**Усатов Иван Александрович**  
Магистрант 2 года  
ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет»  
РФ, г. Благовещенск

**Abstract.** The article deals with the problem of procrastination in foreign and domestic science as a multidimensional phenomenon, presents the components of the indicator of procrastination, compares the phenomena of "laziness" and "procrastination", takes into account the prospects of consideration of this phenomenon in the mainstream of modern science and practice.

**Key words:** psychology, economy, procrastination, postponement, laziness, deadline.

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема прокрастинации в зарубежной и отечественной науке как многоаспектного феномена, приводятся компоненты показателя прокрастинации, сравниваются феномены «лень» и «прокрастинация», принимаются во внимание перспективы рассмотрения указанного явления в русле современной науки и практики.

**Ключевые слова:** психология, экономика, прокрастинация, откладывание на потом, лень, дедлайн.

Прокрастинация – весьма распространенный феномен, который заставляет человека постоянно, хронически переносить срок выполнения срочных, актуальных и важных дел, причем выполнять эту программу раз за разом [1]. «Прокрастинация» в качестве термина введена П. Ригенбахом в 1971

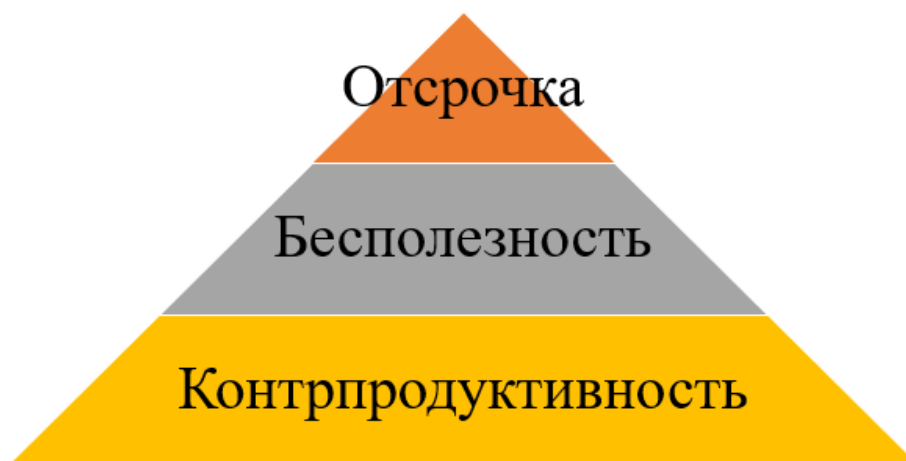
году, а впервые систематически проанализирована в 1992 году Н. Милграмом.

В трудах психологов нашей страны вопрос о «прокрастинации» начал подниматься Я.И. Варваричевой, В.В. Барабанщиковой и др. еще с начала XXI века. По результатам исследований ученых зарубежья, сформированная прокрастинация наблюдается у четверти людей и этот уровень внутри популяции повышается с течением времени, что выводит исследования в области изучения прокрастинации на новый уровень, делая их по-настоящему необходимыми, как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Итак, хотя существует достаточное количество дефиниций прокрастинации, в общем смысле, это свойство личности откладывать неприятные, но срочные и важные дела на потом. В.С. Ковылин выделяет несколько компонентов феномена прокрастинации, рассмотрим их:

- 1) поведенческий компонент (прокрастинация как закреплённый механизм поведения человека),
- 2) когнитивный компонент (специфика ощущения результатов деятельности, а также мотивация к выполнению деятельности),
- 3) эмоциональный компонент (высокая тревожность, эмоциональная перегруженность, страх неудачи и невротизация),
- 4) подсознательный компонент (прокрастинация как защитный механизм личности, срабатывающий при повышении тревоги и оценке ситуации выполнения какой-либо задачи как угрожающей и опасной) [3].

Тремя основными критериальными качествами, по мнению Я.И. Варваричевой, на базе которых поведение человека возможно определить как прокрастинация (рис. 1): контрпродуктивность – деятельность, а точнее ее результат, противоположный ожиданиям, желаниям; бесполезность – объективированная безрезультативность выполнения по итогам деятельности; отсрочка – перенос границ выполнения абсолютно важного задания на более поздний срок. Следует подчеркнуть, что негативные субъективные переживания и эмоциональный дискомфорт, выделяются автором в качестве базовых психологических признаков прокрастинации [2].



**Рисунок 1. Критериальные качества прокрастинации**

В русле исследований зарубежных коллег, прокрастинация рассматривается как отличный от лени феномен. Т. Пичел указывает на тот факт, что лень и прокрастинация имеют ряд сходных характеристик, таких как, нежелание действовать и недостаточность мотивации, но, в свою очередь, лень следует относить лишь к одной из возможных форм «откладывания».

В таком ключе, Е.П. Ильин выделяет два вида прокрастинаторов – «напряженных», которые соответствуют описанным выше характеристикам «беспокойных», «тревожных», «переживающих чувство вины» (истинных прокрастинаторов), и «расслабленных», соответствующих житейскому пониманию «лени». Такие «расслабленные» люди акцентируют внимание на выполнении только тех дел, которые в настоящий момент доставляют максимум удовольствия, «здесь и сейчас».

Получается, из сказанного ранее, что «лень» – форма прокрастинации. Е.Л. Михайлова выделяет три важнейших компонента лени:

А) мотивационный (отсутствие мотивации или слабая мотивация к деятельности);

Б) поведенческий компонент (невыполнение необходимой деятельности);

В) эмоциональный (равнодушие или положительные эмоции по поводу невыполнения деятельности) [2, 5].

Автор многочисленных исследований данной проблематики, Т. Посохова, отмечает следующие существенные признаки лени: «отсутствие потребности

что-либо делать», «отсутствие стремление к соревнованию, успеху», «равнодушие к тому, что происходит вокруг». Также лень рассматривается как «защитная форма поведения в психотравмирующей ситуации».

Необходимо отметить, что при сравнительно похожем поведении – невыполнения некой задачи в установленный дедлайн, прокрастинатор отличается от «ленивца» не положительными, а, напротив, негативными эмоциональными переживаниями, он не равнодушен, а активно заинтересован в исходе и результате своего дела, кроме того, часто для прокрастинаторов характерно ярко выраженное стремление к успеху [4]. Таким образом, главное различие между данными понятиями – в субъективных переживаниях человека по поводу откладывания.

Итак, на современном этапе развития науки и практики, прокрастинация широко распространенное явление, проявляющееся как постоянное, «хроническое» откладывание «на потом» актуальных и важных для человека дел, повторяющееся раз за разом (и проходящее определенный цикл субъективных переживаний), вопреки осознанию субъектом негативных последствий и нежеланию переживать снова болезненные эмоциональные состояния [1, 5].

Необходимо отметить, что основными признаками, формирующими базис, прокрастинации являются отсутствие в выполняемых действиях продуктивности и смысла в совокупности с постоянным откладыванием труда, отречение от дедлайна, действительно важного и полезного, и как следствие – негативные последствия, такие как нарушение поставленных сроков, провал запланированных проектов, общая неудовлетворенность своей профессиональной деятельностью, возможные в связи с этим личностные и психологические проблемы и так далее. Тем не менее, на данный момент исследователи приходят к выводу о том, что понятия «лень» и «прокрастинация» необходимо разделять, а их главное отличие заключено в субъективных переживаниях ситуации откладывания, о которых говорилось выше.

Таким образом, множество вариантов определения прокрастинации еще острее ставит проблему описания и подробного изучения данного феномена, ведь вся прокрастинация это откладывание, но не все откладывание это прокрастинация, поэтому научные изыскания в данном русле не потеряют своей важности еще долгое время и будут приоритетными для изучения.

#### **List of references**

1. Барабанщикова В.В. Профессиональные деформации специалиста в инновационных видах деятельности / В.В. Барабанщикова. – М., 2017. – 310 с.
2. Варваричева, Я.И. Феномен прокрастинации: проблемы и перспективы исследования / Я.И. Варваричева // Вопросы психологии. – М., 2010. – № 3. – С. 121-130.
3. Ковылин, В.С. Теоретические основы изучения феномена прокрастинации / В.С. Ковылин // Личность в меняющемся мире: здоровье, адаптация, развитие. – М., 2013. – № 2. – С. 22-41.
4. Посохова, С.Т. Лень: психологическое содержание и проявления / С.Т. Посохова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2011. – № 2. – С. 159-166.
5. Усатов, И.А. Психологические детерминанты прокрастинации: теоретический обзор / И.А. Усатов // Современные научные исследования и разработки. – М., 2017. – № 8 (16). – С. 818-820.

## **TOURISM**

UDC 379.85

### **Bekmansurov R. N. Prospects of ecotourism development in national park «Valdaisky»**

**Bekmansurov Radik Nazipovich**

undergraduate student

of Tourism and welfare services department

Saint Petersburg State University of Culture and Arts

Russia, Saint Petersburg, radik-mansurov@mail.ru

### **Перспективы развития экотуризма в Национальном парке «Валдайский»**

**Бекмансуров Радик Назипович**

магистрант кафедры туризма и социально-культурного сервиса

Санкт-Петербургский Государственный институт культуры

РФ, г. Санкт-Петербург

**Abstract.** This article is devoted to a problem of ecotourism development on the example of national park «Valdaisky». On the basis of the analysis of infrastructure (transport, information resources, subjects to placement and food) and also structures of a tourist product of National park "Valdai", it is shown that the prospects of development of ecological tourism are possible in case of introduction of amendments to the federal legislation regarding national parks and creation of model of partnership of all interested and living in the territory of the parties.

**Keywords:** ecotourism, responsible tourism, ecotrail, national park, Valdai

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме развития экологического туризма на примере национального парка «Валдайский». На основе анализа инфраструктуры (транспорта, информационных ресурсов, объектов размещения и питания), а также структуры туристского продукта Национального парка «Валдайский», показано, что перспективы развития экологического туризма возможны в случае внесения изменений в федеральное законодательство в части национальных парков и создания модели партнерства всех заинтересованных и проживающих на территории сторон.

**Ключевые слова:** экотуризм, ответственный туризм, экотропа, национальный парк, Валдай

Желание совершать путешествия на природных территориях является одной из естественных потребностей человека. Однако природные ресурсы требуют особо бережного отношения и в связи с массовостью туризма как явления, появилась новая форма туризма – экологического.

Экологический туризм представляет в своей основе ответственные путешествия в естественные области [1], и ставит целью защиту окружающей среды, включая получение опыта и образования. Для получения подобного экотуристского опыта организуются путешествия в особо охраняемые территории.

Среди спектра охраняемых территорий, введенных Международным Союзом охраны природы (МСОП), категория национальных парков декларируется как территория охраны экосистем в сочетании с туризмом. Согласно российскому законодательству, туризм также является одной из возлагаемых, на национальные парки, задач [2]. С целью экологических путешествий внутри национального парка выделяется соответствующая зона – рекреационная.

Среди национальных парков европейской части России одним из



крупнейших и старейших является «Валдайский», расположенный на территории Валдайского, Демянского и Окуловского районов Новгородской области и имеющий выгодное местоположение – между Москвой и Санкт-Петербургом. Однако, как в целом по стране, туристский потенциал здесь реализуется неполно, ввиду инфраструктурных, финансовых и интеллектуальных факторов.

Организация путешествий в дикой природе, как и в городской среде должна обладать особым качеством – доступностью и нести функцию просвещения. Эффективность экотуризма напрямую зависит от слаженности работы транспортной системы (межрегиональной и на туристском объекте), информационного обеспечения, туристского продукта и прочих инфраструктурных элементов.

Оценка перспектив развития экотуризма в национальных парках требует исследования при помощи структурного и системного анализа практической деятельности конкретной территории. Так, с точки зрения межрегиональной транспортной системы Национальный парк «Валдайский» имеет выигрышное местоположение между двумя столицами. Вместе с тем, существуют сложности в межрегиональной транспортной схеме. Так, между Санкт-Петербургом и Валдаем налажено автобусное сообщение одним из частных перевозчиков ООО «СКСавто» (<https://sks-auto.ru/>), которым организованы пассажирские перевозки на регулярных межрегиональных автобусных маршрутах. По состоянию на октябрь 2018 года сообщение осуществляется по фиксированному расписанию ежедневно в 8:25 и 12:45 по маршруту Санкт-Петербург (автовокзал Обводного канала) - Валдай (Городская Автостанция) и в обратном направлении в 5:50 и 17:50. Время в пути составляет 5-6 часов. Стоимость билета составит 900 рублей для взрослого и 450 – для ребенка. Также хотелось бы отметить, что автовокзал в Валдае был открыт в 2015 году на деньги инвесторов.

Прямых автобусных маршрутов по направлению из Москвы в Валдай нет, можно добраться на поезде «Москва – Псков», однако этот поезд прибывает в 2:07 ночи, что неудобно для туристов. Стоимость билета варьируется от 773 до

7080 рублей. Стоит отметить, что существует более удобный по времени прибытия железнодорожный транспорт: электропоезд Москва – Тверь – Бологое – Валдай. Данная схема сложна ввиду трех пересадок, дороже по общей стоимости и самое главное по состоянию на октябрь 2018 года движение по маршруту Бологое – Валдай возможно лишь в пятницу и воскресенье.

На примере транспорта показано, что из Москвы сообщение организовано силами ОАО «Московско-Тверская пригородная пассажирская компания» с неудобным графиком прибытия для туристской дестинации Национальный парк «Валдайский». Из северной столицы частным перевозчиком организовано более комфортное транспортное сообщение с Валдаем. Таким образом, сложившаяся ситуация в межрегиональном сообщении показывает отсутствие интереса федеральных и региональных органов исполнительной власти в развитии осмысленной транспортной сети, в том числе с целью туризма.

Рассматривая организацию транспортного сообщения на Валдае необходимо сказать об отсутствии городских автобусов (и маршрутных такси). Автобусное сообщение на регулярной основе между муниципальными образованиями развито достаточно слабо и их маршрут не привязан к участкам рекреационных зон парка. Национальный парк также не имеет возможности решить вопрос доступности посещения туристских объектов, так как не имеет собственного наземного и водного транспорта. Таким образом, добравшись до Валдая туристам предстоит воспользоваться частной службой такси, что не всегда удобно, ввиду отсутствия мобильной связи на некоторых участках прохождения экомаршрутов, и является самым дорогим общественным видом транспорта. Принимая во внимание, некомфортный (старый, грязный снаружи и внутри), зачастую аварийный автопарк такси, можно прийти к выводу о неразвитости и непродуманности транспортной инфраструктуры региона.

Вместе с тем, на муниципальном уровне по договоренности администрации города Валдай и Иверского монастыря организован пригородный маршрут по воскресеньям в 8:30, 11:00 и 13:00 (октябрь 2018г.),

что показывает существующие приоритеты органов местного самоуправления. Вместе с тем данный факт, свидетельствует о диалоге муниципалитета и администрации монастыря, что дает положительный результат с точки зрения паломнического туризма и отсутствия такого с позиции природного.

Роль информационного ресурса национального парка выполняют официальный сайт (<http://valdaypark.ru/>), печатная продукция в виде информационных брошюр и туристская карта с полезными сведениями для посетителей. Фактически деятельность национального парка также освещается информационным туристским порталом Новгородской области (<http://www.visitnovgorod.ru/>), органами муниципального самоуправления и исполнительной власти Новгородской области, ОАУ «Центр развития культуры «Решение».

Информация на сайте представлена в широком объеме и, организована по разделам: парк; новости; туристам; гостиница; вопрос-ответ; природа; история; фото; видео. В свою очередь, раздел «туризм» содержит информацию о правилах посещения, как добраться, о гостевых домах и туристических стоянках, а также описывает экскурсионные и туристские маршруты, где представлена полная и актуальная информация для всех категорий интересующихся. Вместе с тем, сайт в большей степени несет энциклопедические сведения и не рассчитан на широкого потребителя.

На примере раздела сайта «Правила посещения», видим нагромождение информации ненужной для желающего посетить национальный парк. Так, в данном разделе перечислены пять нормативных документов, изданные различными органами федеральной исполнительной власти [3]:

1. Федеральный закон от 14.03.1995 №33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях» П.6 ст.15 ч.2;

2. Приказ Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации «Об утверждении Порядка определения платы, взимаемой за посещение физическими лицами территорий национальных парков в целях туризма и отдыха» №174 от 08.04.2015г.;

3. Письмо Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации о согласовании №12-46/30028 от 30.11.2015г.;

4. Приказ №45 «Об утверждении размера платы, взимаемой за посещение физическими лицами территории национального парка «Валдайский» в целях туризма и отдыха»;

5. Приказ №46 «Об утверждении Положения о порядке посещения территории национального парка «Валдайский» в целях туризма и отдыха».

Данный перечень несет формализованный характер. С одной стороны, соблюдена официальная сторона деятельности национального парка, с другой – информация представлена для посетителя в неудобном формате.

Информационный ресурс предоставляет сведения о деятельности Визит-центра национального парка, наличии гостиницы и гостевых домов, однако практическое применение данной информации затруднено ввиду отсутствия онлайн-системы бронирования и резервирования номеров и услуг. Одновременно, при подготовке поездки в национальный парк на сайте была представлена не актуальная информация в части оформления разрешения для посещения территории национального парка «Валдайский». По факту данное разрешение (стоимостью 100 рублей) оформляется ежедневно с 8:00 до 20:00, а не только в рабочие дни как было указано на сайте. Хочется отметить, оперативность сотрудников национального парка «Валдайский», актуализировавших информацию на сайте сразу после проведенного с ними интервью, на котором обсуждались в том числе вопросы порядка посещения территории.

Таким образом, официальный сайт в полной мере выполняет роль информационного ресурса как федерального государственного бюджетного учреждения и вместе с тем, не ориентирован на клиентов.

Туристский продукт разнообразен и представлен для различных возрастных и профессиональных категорий. Например, заявленная на сайте развлекательно-познавательная тропа «Следопыт» предназначена для детей дошкольного и младшего школьного возраста и осуществляется на территории

Визит-центра, протяженностью 0,1 км. Экологическая тропа «Бобровая» напротив рассчитана на подготовленного туриста, так как удалена от Валдая на 11 км. И имеет протяженность 2 км. Тропа знакомит посетителя с жизнедеятельностью бобров, а также различными экосистемами.

Отдельно хочется обратить внимание на инициативу сотрудников в организации туристского продукта с посещением культурных объектов города (маршрут по центральным улицам Валдая) и паломнических мест (маршрут до Иверского Святоозерского Богородицкого мужского монастыря).

Прохождение экологической тропы, являющейся одной из форм экологического туризма и мировоззрения, выявило низкую экологическую культуру посетителей и (или) местного населения. Оставленный мусор, небережное отношение к информационным стендам, общая неухоженность территории, то с чем сталкиваешься при прохождении экотропы «Иваньи перелески». Кроме того, установленный аншлаги в начале данного маршрута, со слов сотрудников, был сломан местными жителями ввиду непонимания предназначения Национального парка. В свою очередь, существующие инфраструктурные элементы экотропы никак не вписаны в природный комплекс. Так, на заболоченных участках сооружены настилы, выполненные хозяйственным способом усилиями местных егерей. В целом, удобство прохождения экотропы представляется малоинтересным и некомфортным, и рассчитано скорее на посвященного туриста.

Важными элементами любого путешествия являются вопросы размещения и питания. В настоящее время сложилась практика при поиске объектов размещения использовать удобные платформы онлайн-бронирования. Так, один из популярных сайтов на определенные даты предлагает 13 различных объектов размещения в городе Валдай (2 отеля, 7 гостевых домов и 4 прочее). Кроме того, имеется ряд предложений от владельцев частной недвижимости.

Анализ объектов размещения, сделанный на примере гостиницы Визит-центра и гостевых домов в селах Никольское и Полново позволяет сделать

вывод о несоответствии общепринятых стандартов, предъявляемых к гостиничному сервису. Гостиница располагает небольшим количеством номеров, представленных 3 типами: одно-, двух-, трехместное размещение. Оснащение гостиницы и номеров в целом морально и физически устарело. На объекте не организовано питание. Одновременно, сеть кафе и ресторанов в городе Валдай достаточно разнообразна. Преобладают кафе-столовые с домашней кухней. Ввиду небольших размеров города, большая часть кафе находится в шаговой доступности, вместе с тем об их расположении не всегда известно.

Анализ транспортной системы (межрегиональной и на туристском объекте), информационного обеспечения, туристского продукта и прочих инфраструктурных элементов позволил выявить направления потенциального развития Национального парка «Валдайский».

Говорить о развитии экотуризма в Национальном парке «Валдайский» можно только в случае построения модели партнерства всех заинтересованных и проживающих на территории сторон:

- органов федеральной исполнительной власти;
- исполнительных органов субъектов Федерации;
- органов местного самоуправления;
- заинтересованных образовательных и общественных организаций всех форм собственности;
- бизнеса;
- местного населения.

Перспективами в случае реализации данной модели могли бы стать:

- отмена платы за разрешения для посещения территории Национального парка для всех граждан РФ или установление «символической платы»;
- развитие инициатив всех заинтересованных сторон по созданию туристского продукта, объединяющего объекты Национального парка и достопримечательности региона;

- создание условий для привлечения бизнеса в реализации инвестиционных проектов;
- разработка и реклама бренда Национального парка «Валдайский».
- Одним из направлений роста экотуризма может стать продвижение национальных экологических троп. Так, на Валдае в 2017 году предложен проект «Большой Валдайской тропы» [4], опирающийся на схожую практику на Байкале, в Крыму, а также зарубежный опыт.

#### **List of references**

1. The International Ecotourism Society: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>. (Дата обращения: 3.10.2018).
2. Федеральный закон РФ «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.95 № 33-ФЗ. Принят Государственной Думой 15 февраля 1995 года.
3. Валдайский национальный парк: [Электронный ресурс]. URL: <http://valdaypark.ru/правила-посещения-национального-пар/>. (Дата обращения: 2.10.2018).
4. Министерство инвестиционной политики Новгородской области: [Электронный ресурс]. URL: <https://econom.novreg.ru/DepTurizm/BValdayTropa/>. (Дата обращения: 5.10.2018).

Scientific edition

## **Modern research in global scientific activities: current issues, achievements and innovations**

Materials of the II International research  
and practice conference

October 31<sup>st</sup>, 2018

Please address for questions and comments for publication as well as  
suggestions for cooperation to e-mail address [mail@scipress.ru](mailto:mail@scipress.ru)

Edited according to the author's original texts

This collection is licensed under Creative Commons Attribution 4.0  
International (CC BY 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>





Format 60x84/16. Circulation 500 copies  
The publisher - Smashwords, Inc  
Address: USA, Los Gatos (CA) 15951 Gatos Blvd.,  
Suite 16 Los Gatos, CA 95032