



RS Global



**INTERNATIONAL**

**SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE**

**SOCIAL AND ECONOMIC  
ASPECTS OF EDUCATION  
in Modern Society**

**Proceedings of the  
XXII International Scientific and  
Practical Conference**

**Social and Economic Aspects  
of Education in Modern  
Society**

**Vol.1, February 25, 2020,  
Warsaw, Poland**

Copies may be made only from legally acquired originals.  
A single copy of one article per issue may be downloaded for personal use (non-commercial research or private study). Downloading or printing multiple copies is not permitted. Electronic Storage or Usage Permission of the Publisher is required to store or use electronically any material contained in this work, including any chapter or part of a chapter. Permission of the Publisher is required for all other derivative works, including compilations and translations. Except as outlined above, no part of this work may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means without prior written permission of the Publisher.

**ISBN 978-83-956628-2-9**

© RS Global Sp. z O.O.;  
© The Authors

**RS Global Sp. z O.O.  
Warsaw, Poland  
2020**

**Founder:**  
RS Global Sp. z O.O.,

Research and Scientific  
Group  
Warsaw, Poland

**Publisher Office's  
address:**

Dolna 17, lok. A\_02  
Warsaw, Poland,  
00-773

E-mail:  
rsglobal.poland@gmail.com

The authors are fully responsible for the facts mentioned in the articles. The opinions of the authors may not always coincide with the editorial boards point of view and impose no obligations on it.

## CONTENTS

### *ECONOMY*

**Rudyk O. A.**  
THE SYSTEM OF INDICATORS FORMATION IN MECHANISMS OF SOCIAL AND  
LABOR RELATIONS REGULATION IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES..... 3

**А. К. Микаилов**  
УПРАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТНЫМИ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕГАЗОВОГО  
КОМПЛЕКСА..... 7

### *MANAGEMENT AND MARKETING*

**Meparishvili D., Maridashvili M., Ugrekheldze Khatuna**  
ANTI-CRISIS MANAGEMENT AS A TOOL FOR ENHANCING EFFICIENCY OF  
FINANCIAL ACCOUNTING AND INTERNAL CONTROL SYSTEMS IN HEALTH CARE  
COMPANIES..... 16

**Odashev Ikboljon Mashrabjonovich**  
THE IMPORTANCE AND RELEVANCE OF AN INNOVATIVE APPROACH TO  
MANAGEMENT DECISION-MAKING..... 21

**Шишкин Н. В., Жумагулова Н. С.**  
РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ И ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ 30

### *LEGAL AND POLITICAL SCIENCE*

**Ф. Хамдамова**  
МЕРЫ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ ЖЕНЩИН НА ВСЕХ УРОВНЯХ И  
ВО ВСЕХ ОБЛАСТЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ..... 36

### *SOCIOLOGY*

**Axamal Issaliyeva**  
KAZAKH-GCC RELATIONS: TRADE-ECONOMIC PARTNERSHIP..... 39

**Лора Миткова Раикова, Христина Коларова-Васильева, Живко Величков Жечев**  
ЛИЧНОСТНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ КАК ЦЕЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ..... 46

## THE SYSTEM OF INDICATORS FORMATION IN MECHANISMS OF SOCIAL AND LABOR RELATIONS REGULATION IN THE UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES

Postgraduate **Rudyk O. A.**

Ukraine, Khmelnytskyi, Khmelnytsky National University;  
Department of International Economic Relations

**Abstract.** *The study deals with the problem of forming a system of indicators in the social and labor relations regulation mechanisms of united territorial communities. The article analyzes the existing scientific approaches to the evaluation of social and labor relations. The leading world approaches in regulating social and labor relations have been characterized. The purpose and role of local self-government bodies in regulating social and labor relations have been defined. The essence and the main components of the social and labor sphere of the united territorial community are characterized. Based on the research, the main groups of united territorial communities social and labor sphere development indicators in Ukraine are identified for use in mechanisms of social and labor relations regulation.*

**Keywords:** *social and labor sphere, state regulation, mechanism, components, assessment, indicators*

**Introduction.** The social and labor relations functioning and development are institutionalized, that is, they supposed the establishment of institutions as stable standards, rules, procedures and organizational mechanisms governing the interaction of employees, employers and the state in the social and labor sphere. In other words, social and labor relations require state regulation. However, at the state level it is possible to solve problems only in a generalized way, without taking into account the problems and peculiarities of the local areas social and labor sphere. Therefore, in the context of ensuring the socio-economic development of Ukraine and improving the quality of life, the formation territorial mechanisms of social and labor relations effective regulation acquires of particular importance.

Construction effective regulatory mechanisms are not possible without the use of appropriate valuation techniques. Scientists propose differentiated approaches to the social-labor relations assessment, the main of which are the following:

- direct dependence of the level of social and labor relations development on the results of work in the organization [1];
- the main criterion for the social and labor relations development is the quality of working life [2];
- the state of social-labor relations development is determined by the International Labor Organization (ILO) method on the basis of evaluation indicators and figures of “decent work” [3];
- assessment of the socio-economic conditions under which the work is carried out. Such conditions include the following: conditions that ensure the stability of decent work; socio-economic impact of decent work and aspects of employment structure required to obtain decent work indicators [4];
- subjective approach according to which the state of social and labor relations development is based on the personal employees’ perception of their labor reality on the basis of a set of parameters [5].

Assessment of social-labor relations can be carried out from different positions:

- from the employee (collective of employees) point of view the subjective approach is used, which means the assessment of one's position as the subject of relations;
- from the employer point of view, a subject-based approach to the assessment of social and labor relations is oriented, aimed at finding reserves for improving the efficiency of staff work;
- from the state (state authorities and local self-government) point of view, an objective approach is applied, focused on the assessment of the state of social and labor sphere in general, factors and obstacles to its development, including the development of social and labor relations.

For our study approaches to social and labor relations assessing of the state's position are of particular interest, because at this level the greatest difficulties arise. In particular, professor

F. Herzberg [6] believes that the field of social and labor relations study is less than any other field of research contains a universal model that would be suitable for all situations and would provide a reliable explanation and a reliable solution.

M. Dunlop [7] identified the elementary components that govern social and labor relations, distinguishing the institutions and norms on the basis of which they are carried out and which govern the results of these relations: basic standards (wages and tariffs, working hours, labor protection rules, etc.); procedural institutes (government regulatory organizations, conciliation and arbitration bodies, etc.). In doing so, parties involved in the employment system, depending on existing traditions and institutions, may react differently in the same circumstances. It is logical that in such a situation both approaches and the process of forming a particular model change.

Domestic scientists support an approach to assessing social and labor relations, according to which all indicators are divided into five main groups:

- economic: growth rates of industrial production, volume of shipped goods by types of economic activity, employment (unemployment);
- demographic: population, overall fertility and mortality rates, economically active population;
- efficiency of state regulation: efficiency of employment regulation, tension in the regulated labor market, involvement in public works, vocational training and retraining of the unemployed;
- social: average monthly wage, living area per capita, share of the population with below-subsistence income, budget expenditures per capita;
- environmental: hazardous waste disposal, hazardous substances capture level, amount of harmful emissions [8].

From our point of view, the approach proposed is too generic and although it will provide some information on the situation in the social and labor sphere of a certain territory, but it will not be sufficient to formulate a strategy for the further development of the SLR. Based on the above, we can argue for the need to apply innovative approaches to the indicators system formation in social and labor relations regulation mechanisms in Ukraine at the level of united territorial communities, which would allow to take into account as much as possible national economic and political aspects and historically formed traditions of social and labor sphere functioning and development at the local level.

**Research results.** Social and labor relations as an economic category are relationships in the fields of labor and employment that objectively arise and develop, affecting the environment and are regulated and controlled by the state (represented by relevant bodies, structures, organizations, institutions) in order to harmonize the interests of the parties. , ensuring the socio-economic development of the territories, improving the level and quality of life of individuals.

The purpose of social and labor relations regulation in united territorial communities is to ensure the social and labor sphere development of the community in legal field and in the direction of improving the quality of life. Achieving this goal is possible during the following tasks:

- ensure compliance with social and labor legislation;
- promote the development of the labor market and social and labor relations in the community;
- to ensure sustainable socio-economic development of UTC;
- implement measures aimed at improving the quality of life.

The social and labor sphere of the united territorial community is an abstract plane, within which are the social and labor relations that take place in the territory of the UTC, the subjects of their formation, regulation, development and control, and the objects of their influence. The main actors of the social and labor sphere of the united territorial communities are: the population of the community, economic entities registered in its territory and local self-government bodies and local regulatory institutional structures. The objects of social and labor sphere processes influence include: the state of social and labor relations in the united territorial community, the socio-economic development of the territory and the population, the environment of the united territorial community.

The interaction of social and labor sphere components occurs on the basis of and through a number of processes, which include: obtaining a vocational education, qualification, employment, internship, job search, advanced training, hiring workers, dismissal, social protection, formation, regulation and control of social-labor relations, reporting, social dialogue, job creation and more. The considerable number of processes in the social and labor sphere determines the complexity of their assessment and the variety of methodological approaches and models.

The basic condition for the systems of assessing the state of the united territorial community' social and labor sphere development and, including, the social and labor relations in its territory in the mechanisms of the SLR regulation is ensuring the comparability of the data. So, the values (indicators) obtained during the evaluation should be comparable both in the context of individual settlements of the united territorial community and between individual UTCs. The indicators, on which the assessment systems will be based, should ensure the comparable values for both rural united territorial communities with a population of several thousand people and for urban residents with hundreds of thousands residents.

Based on the list of objects that are influenced by the processes of social and labor sphere in the united territorial community, we can identify groups of indicators of the UTC social and labor sphere development:

- indicators of the united territorial community' labor market development;
- indicators of the UTC's demographic processes;
- indicators of community social and economic development;
- indicators of the level and quality of life;
- indicators of the social and labor relations development.

The first group of indicators should be aimed at assessing the general state of the labor market in the united territorial communities and to form an array of data on employment and unemployment indicators, the demand and supply of labor in the community, the situation with employment of persons with special needs, training and retraining of individuals, available people potential and ways of their professional development.

A group of indicators of the demographic processes in the united territorial community is intended to form an array of information data on the existing trends in the quantity, age structure, indicators of migration of UTC residents and their impact on the social and labor sphere of the community, etc.

The list of indicators of the community social and economic development should be formed taking into account the need to obtain a comprehensive set of data on the existence of community resources, the state of the environment and environmental pollution, the state of infrastructure development, the state of social services, the level of culture, arts and sports development, business environment.

The group of indicators of the level and quality of life should include those by which local self-government bodies of UTC will receive comprehensive information on the level of material capacity of the population, the educational level of the residents, the level of health, the sufficiency and accessibility of basic health care, the level of social security.

Indicators of the united territorial community social and labor relations development should include those by which should be formed the data arrays on the level of remuneration in the community, the level of labor safety, the level of workers and unemployed persons social protection, the volumes of unsecured employment, etc.

Further setting specific number of indicators for each group will allow to formulate a methodology for the united territorial community' social and labor sphere assessing and, on its basis, to ensure effective regulatory decisions.

**Conclusions.** World science offers differentiated approaches to the construction of systems for assessing the state of social and labor relations development at different levels. Each of them has certain peculiarities and conditions of application and interpretation of the results, which makes it impossible to use them as the main ones in the domestic realities. The active development of a decentralized system of public administration in Ukraine requires the formation effective mechanisms of social and labor relations state regulation and, in particular, in the united territorial communities – new administrative units of our state. This, in turn, requires the development of effective SLR assessment systems, the use of which will enable local governments not only to obtain information on the state of social and labor development, but also to identify the factors of negative trends, to predict the dynamics of individual indicators and, as a consequence, to adopt effective ones. Taking into account the peculiarities of the Ukraine's local self-government bodies powers and the requirement to ensure sustainable communities development, was substantiated the necessity of applying an indicative assessment system in the social and labor relations regulating mechanisms in the UTC and the groups of main indicators were identified.

**REFERENCES**

1. Ильин А. Е., Кассим К. Д. Критериальный анализ социально-трудовых отношений. Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. № 7. С. 25–27.
2. Кокин Ю. П., Шлендер П. Э. Экономика труда, 2-е изд., доп. и перераб. М.: Магистр, 2010. 686 с.
3. International labor organization: official website. URL: <https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>
4. Садовая Е. С. Международные стандарты в сфере труда: институты и механизмы реализации (опыт развитых стран и России). М.: ИМЭНО РАН, 2013. 205 с.
5. Миляева Л. Г. Методические подходы к оценке качества трудовой жизни персонала организации. Ползуновский альманах. 2009. № 1. С. 149–155.
6. Herzberg, F. (September–October 1987). «One More Time: How Do You Motivate Employees?». *Harvard Business Review*. 65 (5).
7. Dunlop John T. *Industrial Relations Systems*. New York: Holt, 1958
8. Одегов Ю. Г., Свиридова В. Н. Экономика социально-трудовых отношений, Альфа-Пресс, 2008

## УПРАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТНЫМИ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

*А. К. Микаилов,*

*Государственный Университет Нефти и Промышленности Азербайджанской Республики*

**Abstract.** *In the modern dynamically changing socio-economic environment, the development of oil and gas production takes place under conditions of risk and uncertainty. In this connection, the main condition for achieving efficiency is the application of modern management methods. The main risk-forming factors are the complex organizational structure and the dependence of the technological process on the natural conditions, which in turn complicate the management process itself. In this regard, the assessment of risks in the construction of budgets is a main issue.*

**Keywords:** *budgeting process, risk management, planning process, business processes, well management.*

В настоящее время предприятия нефтегазового комплекса функционируют в экономической среде, характеризующейся неустойчивостью и неопределенностью. Выполнение таких задач, как укрепление конкурентной способности, выход на новые рынки, изучение и удовлетворение потребностей клиентов, повышение качества продукции, регулирование отношений с поставщиками, производится с использованием различных экономических ресурсов. Для принятия эффективных управленческих решений в такой ситуации, требуется своевременная и полноценная прогнозная информация о наличии финансовых ресурсов и их движении. А это в свою очередь создает потребность совершенно новых методов планирования, учета, анализа и контроля деятельности предприятий, одним из которых является бюджетирование. Бюджетирование – это процесс планирования будущей деятельности предприятий. Существуют разные подходы к бюджетированию. И. А. Бланк [1] показывает, что бюджет – это разрабатываемый на один год оперативный финансовый план, учитывающий денежные поступления и расходы различных видов хозяйственной деятельности предприятия. В. В. Ковалев [2] считает, что бюджетирование – это процесс составления генерального бюджета как совокупности взаимосвязанных функциональных (т.е. операционных и финансовых) бюджетов, позволяющих описать и структурировать деятельность фирмы в предстоящем периоде (обычно подразумевается год) в контексте достижения поставленных финансовых целей. Л. С. Шаховская, В. В. Хохлов, О. Г. Кулакова [3] дали следующее определение данному понятию: "Бюджетирование – технология, составления скоординированного по всем подразделениям плана работы предприятия при наличии ресурсных ограничений, базирующаяся на комплексном анализе прогнозов изменения внешних и внутренних параметров посредством расчета экономических и финансовых показателей и индикаторов деятельности". Согласно определению Института дипломированных управляющих бухгалтеров по управленческому учету США, бюджет – это «количественный план в денежном выражении, подготовленный и принятый до определенного периода, обычно показывающий планируемую величину дохода, которая должна быть достигнута, и (или) расходы, которые должны быть понижены в течение этого периода, а также размер привлекаемого капитала, необходимый для достижения поставленной цели» [4]. Б. Нидлз и др. [5] определяют бюджет как «план действий, который прогнозирует будущие экономические операции, хозяйственную деятельность и результаты в финансовых или нефинансовых показателях». Шим Дж. К. [6] определяет бюджет как «...количественный план деятельности предприятия о выполнении программ, представляющий собой связанный набор финансовых (активы, собственный капитал, доходы и расходы и т. д.) и (или) натуральных (объем произведенной продукции и оказанных услуг и пр.) экономических показателей деятельности компании в терминах выполнения конкретных финансовых и операционных задач...».

Отметим, что традиционное бюджетирование не вполне удовлетворяет цель создания стоимости и в большинстве случаев бюджеты не согласуются со стратегией компаний. Традиционное бюджетирование направлено не на бизнес-процессы, а на места возникновения затрат и на элементы затрат. В результате не учитывается эффективность проведения бизнес-процессов, не выявляются проблемы в организации процессов и риски, не определяются возможности их усовершенствования. В настоящее время широко используется процессно-

ориентированное бюджетирование, которое направлено на управление бизнес-процессов, с целью повышения эффективности деятельности компании в целом. Управление бизнес-процессами дает возможность руководству претворить в жизнь мероприятия по совершенствованию деятельности компании, обеспечить улучшение качества, упростить процессы решения задач. В то же время нужно отметить, что внедрение процессно-ориентированного бюджетирования дает возможность определить и оценить степень влияния каждого бизнес-процесса на результаты деятельности компании.

Отметим, что бюджетный процесс на предприятиях нефтегазового комплекса считается полноценным в том случае, если он охватывает все этапы технологического процесса добычи, также учитывает основные и вспомогательные бизнес процессы, такие как извлечение жидкости, поддержание пластового давления, управление фондом скважин, очистка, технологическая подготовка, хранение и транспортировка продукции, управление потерь продукции, и прочие бизнес процессы. Бизнес-процессы имеют специфику, определяемую особенностями нефтегазодобывающего производства, к которым можно отнести нижеследующие [7]:

- орудия труда, предметы и продукты труда удалены от непосредственного воздействия и наблюдения;

- производственные объекты, в большей своей части, разобщены и расположены на значительных территориях страны;

- большая зависимость технико-экономических показателей разработки объектов и критериев эффективности затрат от природных условий, от уровня использования разведанных и извлекаемых запасов углеводородов;

- динамичный характер (изменяемость во времени) природных факторов;

- наличие нескольких стадий эксплуатации и их длительность;

- отсутствие незавершенного производства и полуфабрикатов.

Учитывая специфику и масштабы деятельности нефтяных компаний, в работе [18] бизнес-процессы сгруппированы нижеследующим образом:

Таблица 1. Процессы производственного цикла добычи

Процессы	Подпроцессы
Процесс «Добыча нефти»	Добыча нефти
	Сбор и транспортировка нефти на промысле
	Поддержание пластового давления
Процесс «Подготовка и транспортировка нефти»	Комплексная подготовка нефти
	Хранение и транспортировка нефти до магистральных нефтепроводов
Процесс «Вспомогательные услуги»	Исследование скважин и месторождений
	Автоматизация производства
	Ремонт скважин
	Ремонт оборудования
	Энергоснабжение и водоснабжение
	Обеспечение спецтехникой

Но следует отметить, что одним из факторов эффективной эксплуатации месторождений, находящихся на поздней стадии, является эффективное управление фондом скважин, который является основным активом нефтяных компаний. Естественно, что бурение новых скважин на трудно извлекаемых месторождениях становится все труднее. По этой причине управление существующего фонда скважин становится актуальной задачей менеджмента предприятий нефтегазового комплекса. Учитывая данный факт, нами был предложен дополнительный процесс - «Управление фондом скважин» [19]:

Таблица 2. Дополнение процессов производственного цикла добычи

Процессы	Подпроцессы
Процесс «Управление фондом скважин»	Исследование состояния скважин
	Выбытие нерентабельных скважин из эксплуатации
	Ремонт скважин
	Применение методов увеличения нефтеотдачи

Эффективность управления фондом скважин достигается в основном увеличением межремонтного периода, улучшением качества ремонта, уменьшением количества повторных ремонтов, проведением геолого-технических мероприятий и вводом скважин из бездействия.

Нужно отметить, что на всех этапах цепочки создания стоимости и в каждом бизнес-процессе организации возникают определенные риски. Так, природные факторы влияют на процесс добычи и тем самым увеличивают степень риска на каждом этапе технологического процесса. Оценка рисков при формировании бюджета на предприятиях нефтегазового комплекса, которые имеют такую сложную структуру, является важным процессом.

Отметим, что существуют разные трактовки риска. Е. М. Четыркин [12] описывает риск как возможность экономических потерь, возникающих при наступлении неблагоприятных событий, часто случайных. В более узком смысле риск – это вероятность таких потерь. Чем выше эта вероятность – тем выше риск. В. П. Бочарников [13] определяет риск, как опасность потерь ресурсов предприятия, недополучения им доходов или проявления дополнительных расходов. Риск проявляется в виде некоторого отклонения показателей эффективности от желаемого или наиболее приемлемого его значения. В. П. Буянов [14] отмечает, что под экономическим риском, как правило, понимают вероятность (возможность) потери хозяйствующим объектом части своих активов, недополучения доходов или возникновения дополнительных расходов в результате осуществления производственно-коммерческой деятельности.

Риск – это возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов и исполнения бюджетов предприятия [15]. А экономический риск – это возможность случайного возникновения нежелательных убытков, измеряемых в денежном выражении [16].

В экономической теории под риском понимают потенциальную возможность возникновения события в условиях неопределенности внешней и внутренней среды функционирования, которая поддается количественной и качественной оценкам [17].

Бюджетные риски в узком значении представляют собой потенциально возможные отклонения бюджетного показателя от его запланированного значения под воздействием рискообразующих факторов. Бюджетные риски в широком представлении заключаются в вероятности невыполнения мероприятий бюджетного планирования и бюджетной политики в связи с нарушениями в движении бюджетных ресурсов и их пропорций [8]. В. Н. Самочкин и другие [10] показывают, что факторы риска делятся на две группы. К первой группе относятся «предвидимые», т.е. известные из экономической теории или хозяйственной практики. Вместе с тем могут появиться факторы, выявить которые на априорной стадии анализа факторов рисков предприятия не реально. Эти факторы относятся ко второй группе. Р. М. Качалов [11] отмечает, что в зависимости от места возникновения факторы рисков делятся на внешние и внутренние. К внешним факторам рисков относятся факторы, обусловленные причинами, не связанными непосредственно с деятельностью данного предприятия, зависящие от экономического и политического состояния страны. Это вероятность жестких правительственных мер, которые могут вызвать изменения финансово-экономической деятельности предприятия, налоговой политики, развития неконтролируемых инфляционных процессов. На момент формирования бюджета такие риски могут быть скрыты, но, следует их оценить и заложить в бюджет затраты на мероприятия по управлению риском. Внутренними факторами рисков считаются факторы, появление которых порождается деятельностью самого предприятия, т.е. риски, связанные непосредственно с объектом. Это – невыполнение обязательств поставщиками, несвоевременная оплата продукции потребителями, оформление кредитов дочерними обществами под поручительство предприятия и т.д.

В книге Г. В. Черновой и А. А. Кудрявцева [16] представлены методы трансформации и методы финансирования рисков. Методами трансформации рисков указаны, такие как, метод отказа от риска, снижения частоты ущерба или предотвращения убытка, уменьшения размера убытков, разделения риска, аутсорсинга риска. Методами финансирования риска определены метод покрытия убытка из текущего дохода, покрытия убытков из резервов, покрытия убытка за счет использования займа, покрытия убытка на основе самострахования, покрытия убытка на основе страхования, покрытия убытка на основе не страхового пула, покрытия убытка за счет передачи финансирования по договору, покрытия убытка за счет государственных и (или) муниципальных органов, покрытия убытка на основе спонсорства.

В. В. Гамакин в своей работе [9] отмечает, что в отечественной научной литературе разработаны разнообразные классификации бюджетных рисков, но, отсутствуют формальные

инструменты их анализа и оценки, а также инструменты учета их величины в реальном бюджетном процессе. Автор указывает следующие основные источники рисков:

-внешняя по отношению к бюджету среда, включающая весь комплекс экономических, политических, социальных, геополитических и иных факторов, способных оказывать рисковое воздействие на бюджет;

-собственно бюджетная система, включающая особенности нормативного регулирования, степень вовлеченности бюджета в экономический оборот, масштаб перераспределения финансовых ресурсов и прочие похожие факторы;

-случайные факторы, которые возникают и исчезают произвольно и в крайне незначительной степени зависят от воли лиц, принимающих решения.

Нужно отметить, что предприятия нефтегазового комплекса сталкиваются не только природными, техническими и технологическими рисками, но, и различными рисками на каждом этапе формирования бюджета. Рассмотрим бюджетные риски для предприятий нефтегазового комплекса. Бюджетные риски внешней среды:

-*риск инфляции*. Любые финансовые операции должны сопровождаться оценкой такого риска. Е. В. Цветкова и И. О. Арлюкова [20] в своей книге указывают, что рисковые ситуации, с которыми могут столкнуться предприятия в условиях активизации инфляционных процессов:

1. Возможная девальвация национальной денежной валюты.
2. Установление более жесткого государственного контроля над капиталом и введение экспортно-импортных ограничений
3. Введение государственного ценового контроля с целью взять под контроль инфляцию.
4. Снижение доступности кредитов и повышение процентов по займам.
5. Накапливание дебиторской задолженности и удлинение периодов инкассации.
6. Усложнение оценки эффективности работы с иностранными партнерами.
7. Возможный уход капитала из страны высокой инфляции.
8. Социальные волнения, политическая нестабильность и связанная с этим модификация социально-экономической политики государства.

-*риск дискретности контроля*. Время планирования и исполнения бюджета значительно отличаются, результат хозяйственных действий значительно отстает от времени самого действия.

-*риск снижения платежеспособности*. Этот риск возникает в случае сокращения свободных денежных средств у предприятий в течении бюджетного периода.

-*риск политической конъюнктуры*.

Бюджетные риски системы:

-*риск ритмичности поступлений и платежей*. Этот риск может вызвать кассовые разрывы, в связи с несовпадением сроков поступлений и платежей.

-*риск структуры доходов*. Такой риск характерен нефтегазодобывающим предприятиям, так как структура доходов состоит в основном из продажи сырой нефти и природного газа. Любые отклонения объемов продукции резко сказываются на результатах деятельности предприятий.

-*риск структуры расходов*. Традиционная структура расходов может иметь значительную долю приоритетных расходов. Определенные расходы могут быть неизбежными, например, расходы по возобновлению бездействующих скважин, расходы по рекультивации загрязненных земель и так далее. Изменения тарифов на транспортировку нефти и газа, изменения в налоговом законодательстве могут вызвать изменения расходов.

-*риск несбалансированности бюджета*.

-*риск зависимости от внешних источников*.

Бюджетные риски случая:

-*риск ошибки*. К сожалению, этот риск будет существовать всегда. Несмотря на то, что в современном мире во всех областях используются информационные технологии, ошибки могут возникать не только человеческие, но и связанные с информационными технологиями. Отсутствие регламентирующих нормативных документов по формированию бюджета или их неполноценность, ошибки в учетной системе или не соблюдение регламентов, недостаточность ответственности работников, недостаточная степень использования современных ИТ технологий в процессе бюджетирования и слабая ИТ поддержка, неполноценный бюджетный контроль, субъективизм при формировании бюджетов, искаженные выводы при анализе исполнения бюджетов, принятие ошибочных решений и прочие риски.

-*риск объективной непредсказуемости ситуации.* Этот риск возникает из-за природно-естественных, экологических и иных стихийных событий. На предприятиях нефтегазового комплекса в связи с этим существуют риски потери имущества в связи с природными стихиями, выбросы попутного газа в атмосферу, технологические аварии в связи с аномально высоким пластовым давлением, уменьшение нефтеотдачи пластов, увеличение обводненности скважин, фонтанирование скважин, пожары на месторождениях, простои в связи с авариями, перебои в подаче электроэнергии, экологические риски. Также можно указать такие риски, как действия конкурентов, изменения корпоративной культуры, низкая степень ИТ безопасности, изменения пропускной способности трубопроводов и так далее.

-*риск экономического кризиса.* Риск экономического кризиса может привести к полному изменению всего бюджета.

-*риск коррупции.* Коррупция во всех его видах, может сопровождать бюджетный процесс.

-*риск развития бюджета.* В современном мире, как и все другие инструменты управления, проходят путь развития, так, например, применяются новые виды бюджетирования, такие как, Beyond budgeting (безбюджетное управление), Better budgeting (усовершенствованное бюджетирование). В своем исследовании Дж. Хоуп и Р. Фрейзер предложили нижеследующие управленческие инструменты [22]:

1. Модель стоимости акционеров (*Shareholder Value Models*) – модель предусматривает соответствие принятых решений ожиданиям и интересам акционеров;

2. Модель анализа на основе эталонного сравнения (*Benchmarking models*) – модель предусматривает соответствие задач внутренним и внешним опытам;

3. Система сбалансированных показателей (*Balanced Scorecard*) – модель предусматривает соответствие процесса принятия решений стратегическим целям на основе ключевых показателей эффективности;

4. Процессно-ориентированное управление (*Activity based management*) – модель дает возможность получать информацию о затратах по каждому процессу, по линиям продаж продукции, также оценить степень влияния на чистую прибыль каждого покупателя;

5. Модель управления отношений с клиентами (*Customer relationship management*) – модель направляет действия менеджеров на определение прибыльных клиентов и обеспечение их удовлетворенности;

6. Модель информационных систем в масштабе предприятий (*Enterprise wide information system*) и скользящее прогнозирование (*Rolling Forecasts*) – модель дает возможность лучше прогнозировать ситуации на основе оперативных фактических данных и интегрированных прогнозов.

Существуют несколько методов управления рисками. Основные из них нашли отражение в книге Г. Д. Бродецкого [21].

Составление бюджета по процессу «Управление фондом скважин» начинается с разработки плана по мониторингу бездействующего фонда скважин с целью определения перспективности проведения работ по выводу этих скважин из бездействия, оценки экономической целесообразности проведения ремонта, консервации или выбытия скважины из эксплуатации, определения и оценки высвобождаемых затрат.

В плане по мониторингу фонда скважин рассматриваются следующие вопросы и возможности предприятия – исследование технического состояния скважин и их добычных возможностей, причины остановки скважины, возможность устранения причин, с существующей техникой и технологией или с применением новой техники и технологии, выбор оптимального комплекса работ, индивидуально по каждой скважине, исходя из геолого-технического состояния скважин, уровнем оснащенности бригад капитального ремонта скважин, квалификация исполнителей работ и финансовые возможности предприятия, принятие решения по выбытию скважин из эксплуатации, учитывая экономические и технологические факторы, разработка мероприятий по возобновлению не выбывающих из эксплуатации скважин.

Всю совокупность причин вывода скважин в бездействие можно разделить на три категории: технические, технологические и экономические. К техническим причинам остановки скважины относят аварии, ремонт станка-качалки, ремонт нефтепровода, неисправность нефтепровода и т.д. Технологическими причинами остановки скважин являются высокая обводненность, низкий дебит жидкости, отсутствие подачи (приема) жидкости,

изоляция отдельных обводненных интервалов пласта и т.д. Экономической причиной остановки скважин является в основном нерентабельность эксплуатации.

Таблица 3 Характеристика методов управления рисками применительно к бюджетным рискам [21].

Методы управления рисками	Характеристика применительно к бюджетным рискам
Избежание риска — отказ от деятельности или существенное изменение ее характера, позволяющее резко сократить риск	Рассматривая сферу бюджетных рисков, стоит согласиться, что данный метод управления риском будет наиболее привлекательным.
Диссипация риска — организация деятельности с возможностью для участников максимально влиять на факторы риска и снижать последствия наступления неблагоприятных событий	Этот метод может рассматриваться в качестве одного из наиболее привлекательных. Учитывая масштаб бюджетной системы и соразмерный ему масштаб аппарата управления этой системой, есть основания предполагать, что часть факторов бюджетных рисков может быть предупреждена. В силу множества причин в экстремальной ситуации возникновения каскада рисков (прежде всего рисков среды и рисков случая) диссипация оказывается невозможной
Диверсификация риска — распределение средств на множество независимых друг от друга объектов	Само построение бюджетной системы в виде единой системы разделенных по уровням бюджетов стоит считать попыткой найти адекватный способ ответа на разнообразие бюджетные угрозы. Предполагается, что таким образом удастся добиться диверсификации рисков, т. к. всегда есть вероятность, что некоторые из них, воздействуя на бюджеты определенного уровня, затронут в меньшей степени бюджеты других уровней.
Страхование риска — снижение ущерба за счет средств заранее образованных финансовых фондов	Данный метод широко распространен в бюджетной сфере. Практически все бюджеты в той или иной форме образуют резервные фонды. Образование таких фондов может носить прямой или косвенный характер. В первом случае резервный фонд определяется как самостоятельный раздел в расходах бюджета. Во втором случае его формирование происходит за счет завышения сумм расходных обязательств при сохранении самих обязательств в натуральном выражении на прежнем уровне. Оба случая являются вынужденными и не вполне корректными методами страхования. Во-первых, они не являются страхованием в строгом смысле, т. к. отсутствует основа для возникновения отношений страхования. Во-вторых, резервный фонд создается без оценки потребности в этом дополнительном финансировании, поскольку не производится оценка бюджетных рисков. В-третьих, случай с завышением сумм финансирования не только не снижает вероятность бюджетных рисков, но уже сам по себе генерирует дополнительный риск структуры расходов
Принятие риска — согласие с вероятностью риска и получением незначительного ущерба	Это наиболее распространенный вариант управления бюджетными рисками. Именно согласие с размером вероятного ущерба является причиной, из-за которой агенты игнорируют необходимость учета бюджетных рисков в своей повседневной работе. Учитывая, что оценка рисков все-таки производится, но в основном на уровне наблюдения за развитием ситуации вокруг бюджета с использованием интуитивных приемов анализа, такое согласие в итоге может недооценить силу факторов риска и стать причиной больших потерь, чем ожидалось ранее.
Лимитирование риска — вариант метода принятия риска в случае предварительного установления размера получаемого ущерба	Из арсенала этой группы методов в бюджетном механизме используется в основном вариант, предусматривающий сокращение расходов. Установление границ пропорционального сокращения расходов само по себе является примером лимитирования рисков. В этом случае наблюдается вариант пассивного управления, т. к. агенты вынуждены реагировать на риски в формате согласия с ухудшением положения бюджетного сектора в текущем году по сравнению с ранее принятым бюджетным планом

В связи с вышеизложенными определим основные риски и методы управления рисками по бизнес-процессу «управление фондом скважин». Основными рисками бизнес-процесса «управление фондом скважин» могут быть нижеследующие:

- технологические аварии на скважине;
- геологические осложнения на скважине;
- низкое качество ремонта скважин;
- увеличение количества повторных ремонтов;
- уменьшение межремонтного периода;
- не эффективные геолого-технические мероприятия на скважине;
- падение дебита скважины после ремонта;
- увеличение темпа падения добычи;
- увеличение затрат на ремонт скважины;
- уменьшение цены на нефть или газ;
- простой бригады из-за погодных условий;
- нарушение персоналом технологической дисциплины;
- неподготовленность инструментального хозяйства ремонтной бригады;
- ужесточение экологических требований;
- введение ограничений на использование местных природных ресурсов;
- выбытие ключевых работников: увольнение, болезнь, смерть;
- ошибочный прогноз развития деятельности предприятия;
- неверная оценка потенциала предприятия;
- недостаточная компетентность работников;
- низкая мотивация работников.

Для выбора основных рисков, можно воспользоваться экспертными оценками. В практике принятия решения многокритериальных задач широко используется метод анализа иерархий (МАИ) Т.Л.Саати. Основные принципы МАИ основываются на том, что для моделирования задач принятия решений строится иерархическая структура с уровнем критериев и альтернатив. Далее попарно сравнивая элементы данной структуры, формируются матрицы парных сравнений, из которых можно получить векторы коэффициентов относительной значимости указанных элементов [23].

Нечеткие отношения рассматриваемых типов обычно отображаются на множестве действительных чисел, называемых шкалой оценок. Здесь используется шкала оценок Саати [23], по которой нечеткие отношения оцениваются по следующей таблице.

Таблица 4. Смысловое содержание оценок критериев (альтернатив) в шкале Т.Л.Саати [23].

Величина оценки	Смысловое содержание оценок
1	Критерии (альтернативы) признаются равноценными
3	Незначительное предпочтение
5	Среднее предпочтение
7	Сильное предпочтение
9	Полное предпочтение
2, 4, 6, 8	Промежуточные суждения

На основе шкалы сравнений, каждый эксперт оценивает степень превосходства объектов исследования. В результате рассчитываются степени важности рисков.

1. Пусть  $C_1, C_2, \dots, C_n$  – совокупность объектов. Количественные суждения о парах объектов  $(C_i, C_j)$  представляются матрицей размера  $n \times n$

$$A = (a_{ij}), (i, j = 1, 2, \dots, n) \quad (1)$$

При этом если  $a_{ij} = \alpha$ , то  $a_{ji} = 1/\alpha$ ,  $\alpha \neq 0$

2. Вычисляется собственный вектор соответствующей максимальному собственному значению матрицы  $\lambda_{\max}$ . При  $\lambda_{\max} = n$  матрица А считается идеальной.

3. Сложность составления матрицы приоритетов состоит в том, что оценки эксперта могут оказаться несогласованными. Для контроля согласованности матриц приоритетов

вычисляются характеристики этой матрицы: индекс согласованности и отношение согласованности [23].

Для неидеальных матриц рассчитывается индекс согласованности

$$IS = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} \quad (2)$$

где  $n$  - размерность матрицы,

$\lambda_{\max}$  - ее максимальное собственное значение.

4. Вычисляется отношение согласованности  $OS$ , на основе индекса согласованности  $IS$ , также заданной матрицы случайных индексов согласованности  $SS$

$$OS = \frac{IS}{SS} \quad (3)$$

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
SS	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,4	1,45	1,49	1,5

Исходя из определения  $\lambda_{\max} = n$  для согласованной матрицы,  $OS = 0$ . Значение  $OS$  меньше или равное 0,1 считается приемлемым [23], если нет, то эксперту необходимо пересмотреть свои приоритеты или даже саму иерархию.

5. В результате, рассчитываются степени важности исследуемых объектов. Здесь большое значение имеет определение ограниченного количества рисков. Поэтому для степеней важности принимаются ограничительные уровни. Риски, имеющие степень важности ниже этого уровня, группируются и не подлежат рассмотрению.

Основными методами управления рисками на предприятиях нефтегазового комплекса можно указать нижеследующие:

Таблица 5.

Избежание риска	-отказ от определенной деятельности, проекта, операций и других действий; -установление более безопасного оборудования; -замена технологии; -внедрение современных геолого-технических мероприятий на скважине (нано - технологии); -повышение компетентности работников (трейнинги).
Предотвращение и регулирование рисков	-применение инструментов административного воздействия; -мониторинг рисков и внутренний контроль; -разработка и внедрение мероприятий по уменьшению степени вероятности и / или результатов риска.
Принятие риска	-мониторинг уровня риска и внутренний контроль.
Передача риска	-использование финансовых инструментов: - страхование; - хеджирование; - специальные договорные условия.

**Выводы.** Нефтегазовая отрасль характеризуется сложной технологической структурой и на деятельность предприятий влияют различные факторы, основным из которых является природный фактор. Определение и управление разнотипных рисков, с которыми сталкиваются предприятия этой отрасли является важным процессом. Можно отметить основные результаты управления рисками:

- минимизация возможных убытков;
- совершенствование процедур принятия решений;

- риск-ориентированное принятие решений;
- повышение управляемости бизнеса, оптимизация контрольных процедур;
- повышение прозрачности бизнеса;
- повышение ликвидности акций;
- рост инвестиционной привлекательности предприятия.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бланк И. А. Управление прибылью. К.: Изд-во «Ника-Центр», 1998, 544 с. (Серия: «Библиотека финансового менеджера», Вып.2).
2. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: Теория и практика. 2-е изд. перераб. и доп. - М.: Проспект, 2007, 1024 с.
3. Шаховская Л. С., Хохлова В. В., Кулакова О. Г. Бюджетирование: теория и практика. М.: КНОРУС, 2009, 257 с.
4. Рыбакова О. В. Бухгалтерский управленческий учет и бюджетирование: принципы и практика: Учебное пособие. 2-е изд. М.: РАГС, 2007, 211 с.
5. Needles V. E. Managerial Accounting / V. E. Needles, M. Powers, S. K. Mills, H. R. Anderson. 5th ed. Boston, NY: Houghton Mifflin Company, 1999.
6. Шим Дж. К. Основы коммерческого бюджетирования / Дж. К. Шим, Д. Г. Сигел; Пер с англ. СПб.: Азбука, 2001
7. Трахтенгерц Э. А., Степин Ю. П., Андреев А. Ф. Компьютерные методы поддержки принятия управленческих решений в нефтегазовой промышленности. М.: СИНТЕГ, 2005, 592 с.
8. Никулина Е. В., Федюшина И. Г. Характеристика бюджетных рисков: экономическая сущность и мероприятия по их минимизации // Молодой ученый. 2014. №1, с.411-413
9. Гамукин В. В. Бюджетные риски: среда, система, случай. Монография. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2015, 328 с.
10. Самочкин В. А., Тимофеева О. А., Калюкин А. А., Захаров Р. А. Учет риска при принятии управленческих решений на этапе формирования бюджета // Менеджмент в России и за рубежом, 2001, №3, с. 21-30
11. Качалов Р. М. Управление хозяйственным риском производственных систем // Экономика и математические методы, 1997, вып. 4., т.33
12. Четыркин Е. М. Финансовые риски. М.: Изд-во «Дело», 2008, 176 с.
13. Бочарников В. П., Свешников С. В., Возняк С. Н. Прогнозные коммерческие расчеты и анализ рисков на Fuzzy for Excel. Киев: ИНЭКС, 2000, 159 с.
14. Буянов В. П., Кирсанов К. А., Михайлов Л. А. Управление рисками (рискология). М.: Экзамен, 2002, 384 с.
15. Тэпман Л. Н. Риски в экономике: учеб. пособие для вузов / под ред. проф. В.А.Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002, 380 с.
16. Чернова Г. В., Кудрявцев А. А. Управление рисками. М.: Проспект, 2009, 160 с.
17. Быков А. А., Порфирьев Б. Н. Об анализе риска, концепциях и классификации рисков // Проблемы анализа риска. 2006, Т.3, №4, с.310-337
18. Мамедова М. Б., Мурадов Э. Ф., Аббасов Р. В, Кулиев Х. Н. Формирование сбалансированной системы показателей для нефтегазодобывающих предприятий // «Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом», ВНИИОЭНГ, 2014, №4, с.42-45
19. Микаилов А. К. Основные аспекты процессно-ориентированного бюджетирования на предприятиях нефтегазового комплекса // «Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом», ВНИИОЭНГ, 2017, №8, с.14-19
20. Цветкова Е. В., Арлюкова И. О. Риски в экономической деятельности. СПб.: ИНВЭСЭП: Знание, 2002, 64 с.
21. Бродецкий Г. Л., Гусев Д. А., Елин Е.А. Управление рисками в логистике. М.: Издат. центр «Академия», 2010, 192 с.
22. Хоуп Дж., Фрейзер Р. Бюджетирование, каким мы его знаем. Управление за рамками бюджетов (Пер. с англ.: Р. В. Кашеев). М.: ООО «Вершина», 2005, 256 с.
23. Саати Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Организация систем. М.: Радио и связь, 1991, 224 с.

## ANTI-CRISIS MANAGEMENT AS A TOOL FOR ENHANCING EFFICIENCY OF FINANCIAL ACCOUNTING AND INTERNAL CONTROL SYSTEMS IN HEALTH CARE COMPANIES

**Meparishvili D.,**

*Invited professor at Ilia State University, Tbilisi, Georgia*

*PHD student of Business Administration*

**Maridashvili M.,**

*Professor at Georgian Technical University, Tbilisi, Georgia*

*Doctor of Business Administration*

**Ugrekheldze Khatuna,**

*PHD student of Business Administration at Georgian Technical University, Tbilisi, Georgia*

**Abstract.** *One of the ways to enhance the financial state of the health care company is to choose the right anti-crisis strategy that would ensure the reduction of financial problems, bankruptcy risks and liquidation of the health care company, and coordination of management decisions with practical actions, which will highlight the priority of problems and ensure improvement in the conditions of the crisis; It is proven that the use of anti-crisis measures should be comprehensive, while continuing research is obligatory; It was found out that the main anti-crisis measures for health care company should be: reduction or optimization of expenses, effective use of marketing and personnel policy, correct use of planning processes, optimization of budgeting, etc.*

**Keywords:** *anti-crisis management, financial accounting systems, internal control, healthcare industry.*

**Introduction.** The healthcare industry (also called the medical industry or health economy) is an aggregation and integration of sectors that provides goods and services to treat patients. It includes the generation and commercialization of goods and services lending themselves to maintaining and re-establishing health. The modern healthcare industry includes three essential branches which are services, products, and finance and may be divided into many sectors and categories and depends on the interdisciplinary teams of trained professionals and paraprofessionals to meet health needs of individuals and populations.

The healthcare industry is one of the world's largest and fastest-growing. Consuming over 10 percent of gross domestic product (GDP) of most developed nations, health care can form an enormous part of a country's economy.

The worsening of the economic and political situations in the country, rising inflation and rising unemployment lead to a deterioration in the financial position of the activity of the health care company. Without a proper management system, the situation with regard to the possibility of a health care company's existence on the market under such difficult circumstances is critical. Therefore, there is a need to use a system of anti-crisis measures, which allow to keep market positions a little longer and endure the "difficult days" for the health care company.

Anti-crisis management is one of the means of development of domestic health care company, which allows to react effectively to changes that threaten their normal functioning. However, many companies lack a coherent anti-crisis strategy aimed at ensuring a stable and successful implementation of financial and economic activity.

Effective use of anti-crisis management measures can increase production volumes, stabilize financial revenues, improve the status of receivables, and ensure the viability of health care company in difficult economic situations.

The issues of crisis management are devoted to the research of such economists as I.O. Blank, E. Boyko, S.A. Buryy, A.I. Kovalov, I.N. Karpun, L.O. Ligonenko, S.A. Sazhienko, V.V. Shevchuk and others. However, there is no single approach to the interpretation of the essence of the concept of anti-crisis management, and this impedes the introduction of effective measures to prevent crisis

phenomena in health care company's. In addition, the need to introduce a mechanism for crisis management, adapted to the specifics of the economic environment of domestic health care companies.

### **Financial accounting and internal control systems in health care industry**

Accounting system refers to the system that is employed to organize financial information of any business organization. Financial accounting system allows a business to keep track of all types of financial transactions, including purchases (expenses), sales (invoices and income), liabilities (funding, accounts payable), etc. and is capable of generating comprehensive statistical reports that provide management or interested parties with a clear set of data to aid in the decision-making process. Today, the system used by a health care company is generally automated and computer-based, using specialized software and/or services. However, historically, accounting systems were a complex series of manual calculations and balances. Internal controls should be used to maintain the risks facing the health care company within the defined risk tolerance levels set by the board, bearing cost-benefit considerations in mind. The audit committee should be satisfied that proper control policies, procedures and activities have been established and are operating as intended.

An effective system of internal controls hinges on the right tone set at the top of the health care company – the board and audit committee should send out a clear message that internal control responsibilities must be taken seriously. The performance of the system of internal control should be assessed through ongoing monitoring activities, separate evaluations such as internal audit, or a combination of the two. Procedures for monitoring the appropriateness and effectiveness of the identified controls should be embedded within the normal operations of the organization.

Although monitoring procedures are part of the overall system of control, such procedures are largely independent of the elements they are checking. While effective monitoring throughout the organization is an essential component of a sound system of internal control, the board cannot rely solely on embedded monitoring processes to discharge its responsibilities. The board, with the assistance of the audit committee, should regularly receive and review reports on internal control and be informed about how the reviews giving rise to the reports have been undertaken.

The reports from management should provide a balanced assessment of the effectiveness of the system of internal control in the areas covered. Any significant control failings or weaknesses identified should be discussed in the reports, including the impact they have had, could have had, or may have on the organization, and the actions being taken to rectify them. It is essential to have a frank, open dialogue between management and the audit committee on matters of risk and controls.

The purpose of the study is to justify the choice of an optimal anti-crisis management strategy for a modern health care company.

Anti-crisis management of the health care company should be considered as one of the specific control systems related to the management of financial and economic activity of the health care company, its financial stability and solvency. This is a continuous process of identifying signs of crisis phenomena and preventing their spread and stagnation of the health care company development, which is carried out throughout the period of its operation.

The analysis of professional sources has shown the existence of various approaches to the introduction of anti-crisis management in the activities of companies. Notes that there is always a risk in management, because the socio-economic system develops cyclically, dynamically changing external environment, the ratio of managed and unmanaged processes and identifies certain external and internal factors that determine the need for crisis management. Tulenkov N.V. argues that any management of the organization should be anti-crisis.

In the perspective of this study Buryy S.A. Substantiates the methodological tools of anti-crisis management and highlights the main aspects of anti-crisis management tasks in the areas of strategic management, efficiency of management of health care company's personnel, innovative development, investment and marketing policies.

In our opinion, the use of anti-crisis measures is necessary at every stage and life cycle of the health care company. After analyzing the work of domestic and foreign scientists, we note that they characterize several stages of the life cycle of the health care company in particular, Flamholts E. in his work Argues that the health care company's life cycle is characterized by seven stages: a new venture, expansion, professionalism, consolidation, diversification, integration, decay, and renewal.

Believes that companies pass 5 life cycle stages and highlights the stages of birth, formation, development, maturity and decline. A slightly smaller number of stages – four Reveals Ligonenko L., which the author called: lifting, inhibition of development, crisis and recovery.

Particular attention should be paid to the combination of strategy and tactics, the adoption of a correct strategic decision, and the receipt of reliable information data that are studied and used in a time-limited environment with a view to undertaking a radical restructuring of the health care company. The management of the firm is compelled to make decisions or to take emergency measures to prevent a crisis or to implement measures aimed at resolving the crisis. It should be noted that for an health care company it is important to identify the crisis in the early stages.

One of the areas of business success and improvement of its financial position is the choice of the optimal anti-crisis management strategy. The policy of anti-crisis financial management is a part of the overall financial strategy of the health care company, which consists of developing and using a system of methods for the preliminary diagnosis of the threat of bankruptcy and the mechanisms of financial rehabilitation of the health care company, providing its protection from bankruptcy.

The main purpose of crisis management is the achievement of stable high financial results, expansion of the market segment and ensuring a stable position on it. The use of anti-crisis measures makes it impossible to create financial problems, reduces the risks of bankruptcy and liquidation of the health care company, coordinates agreed management decisions with practical actions, facilitates adjustment to the market environment and access to new markets, substantiates the priority of problems, provides improvement in crisis operations with minimization of costs.

It should be noted that the processes of crisis management should be carried out continuously without interrupting of practical actions and researches, since the bankruptcy of the health care company is not an instantaneous phenomenon, it is being born and matured gradually. Stages of development of anti-crisis strategy enable the selection of optimal anti-crisis strategy for the health care company.

The enhancement of the financial condition of activity of health care company is possible using such anti-crisis measures:

- ◆ Reduction or optimization of the costs may be manifested in; the use or introduction of new innovative technologies by the health care company;

- ◆ the reduction or optimization of administrative and transport costs; the use of cheaper materials; the introduction of non-waste production technologies;

- ◆ the studying of the reasons for the shortage and reduction of the cost through the contraction of the losses from the deficiency; the optimization of budgeting; the reduction of the material and labor complexity of products;

- ◆ the optimization of the organizational structure to reduce the cost of the management apparatus.

- ◆ Effective use of the marketing system in order to increase the volume of sales through: the sales promotion; the use of advertising and promotional campaign; the introduction of a clear distribution system.

Optimization of taxation consists in:

- ◆ the reduction of tax payments during the tax period; the minimization of tax burden;

- ◆ the maximum allowable increase in tax payments per unit of increase in financial result.

The rigidity of personnel policy of the health care company, consisting of:

- ◆ the employee's ability to make decisions and a high level of responsibility for these decisions; "man" should be the head of an health care company, as well as his positive psychological state, social security, etc., but not finances;

- ◆ the maximum trust in the employee and delegation of authority; the interest of the health care company's managers in the development of personnel; the use of motivational measures.

- ◆ Provision of the positive net cash flow, which is manifested in: the reduction of the volume of consumption of financial resources; the formation of optimal measures aimed at improving the financial situation, which depends on the sphere of activity, management system, market conditions, etc.

Improvement of the effectiveness of the planning system lies in balancing of the principles of self-organization and control, the relationship between all business units and staffing.

The correct and effective health care company management system at all stages is to optimize the number of management and production personnel, considering norms and real needs of the health care company.

The chosen strategy of improving the health care company management system should consider: goals and principles of health care company development; the level of effective decision making and the coordination of information flows with the processes of their practical implementation; integrated management system of the automated production process.

Improvement of the quality of the basic information by tracking the sources of receipt and the form of information submission; development and implementation of the own system of “information circulation” based on the creation of its own information system, monitoring and analysis of the level and quality of meeting the information needs of specialists, departments and other structural divisions of the health care company.

We believe that reliable information will provide the right managerial decision. Optimization of budgeting should be aimed at financial results, on the one hand, and liquidity — on the other. Future financial results (profits, losses) are estimated by drawing up the budget of incomes and expenses for all types of usual business activities of the health care company, which are expected in the planned period. Important elements of the budgeting system are the choice and development of the primary budget, which captures the planned values of the factor that most restricts the activity of the health care company. The type of the primary budget depends on the specifics of the financial and economic activity of the health care company and the potential for attracting resources. The basic link of the budgeting system are partial budgets that are formed in accordance with the principles of specialization and decomposition and cover certain parts of the health care company’s cash and income (for example, budgets of structural units, cost centers or revenues, functional budgets in terms of individual expenses, etc.).

Carrying out prevention of crisis measures, which is characterized by independent professional activity. The main goal is to prevent the possibility of crisis occurrence achieved through the rational use of assets, minimization of costs, good management and coordinated work of like-minded people.

Anti-crisis management should, above all, ensure financial stabilization at the health care company. We believe that anti-crisis management should keep control of the financial situation at the health care company and ensure timely adoption of optimal adequate situation solutions, ensure timely elimination of possible problems with their phased decision. The actions of the manager when using the methods of crisis management should be aimed at the priority payment of financial obligations, focusing on the benefits of the health care company, expanding the range and increasing production volumes.

The process of anti-crisis management is cyclical: diagnostics – marketing – planning – management decision – organization of its implementation – motivation – accounting of results – control – diagnostics, etc. to the complete exit of the health care company from the crisis.

It is always possible to prevent a crisis, if it is set early or if there are measures proposed and put into practice that will lead the health care company to a proper level of development in a timely manner, will not allow a decline in production. It is important to keep track of the financial position of the health care company, considering quarterly changes. The constant monitoring of the situation will enable the identification of the early manifestations of the crisis and the maintenance of the financial stability on time, which ensures successful operation of the health care company in the market.

Having analyzed the works of scientists and having studied the practical part of the activity of health care company, we consider that the life cycle of the health care company takes place in four stages: creation, rise, maturity and bankruptcy (reorganization), which most fully correspond to the activities of modern companies. We believe that at each of the proposed stages, it is necessary to use a series of measures that are adequate to one or another stage. We propose to apply measures of crisis management at each stage of the life cycle of the health care company, the realization of which may change certain conditions or situation in general.

In addition, we believe that there are a number of factors on which the health care company has no particular influence. These include: political, economic, regulatory, environmental and tax systems. Although these factors are not constant, they are changing, but only after a rather long time. The stage of establishment of the health care company is characterized by a rather low level of the onset of the crisis. Since when managers leave the market, marketers carefully study competitors, potential customers, their requirements and needs and preferentially use the right strategy to move the product to the market. It is important to choose the right price and communication strategy.

The stage of recovery of the health care company is characterized by the choice of optimal planning strategy, attracting new market segments, launching new products and expanding the range of customers and distribution channels. The use of anti-crisis measures at this stage is characterized by rational use of financial resources of the health care company, including both own and attracted, it is necessary to increase the demand by developing an effective strategy of marketing communications. To prevent a crisis, we propose the use of an effective and professional system of management, if necessary, to attract qualified specialists. Maturity stage is characterized by a significant decrease in sales volumes, high

pressure from competitors, stabilization of demand for its products. The main purpose of using the anti-crisis measures is to stabilize the situation and prevent a decrease in the market segment.

The stage of reorganization or bankruptcy is characterized, in the first case, by the rationalization of financial expenditures, optimization of budgeting, and, if necessary, the lease of an unnecessary space, the sale of individual buildings, etc. In the second case, a health care company, in the course of any action, receives losses that are quite high, has arrears on credit payments and wages. In this case, we propose to liquidate such a health care company -or to sell the health care company at the maximum biggest possible price and at the same time receive at least some profits.

A special role in the implementation of anti-crisis measures is the factor of time, on which depends the timely delivery of cash, the adoption of an optimal solution at a particular moment, etc.

A huge role belongs to the employees themselves and the collective of the companies a whole, meaning the timely delegation of authority, the optimal amount of time spent on a specific task, the level of definition of its clarity and formulation, availability of information base and necessary technical means, ways of achieving quantitative and qualitative indicators, etc.

Of great importance in the practical use of crisis management is the optimization of the economic nature of its application. This can be detected by continuous monitoring of the health care company environment with the use of a set of marketing research, methods of strategic analysis and control. The system nature of this will be the identification of the relationship and logical sequence of economic phenomena, the effectiveness of the management decisions, the search for new opportunities and the elimination of threats.

**Conclusions.** The results obtained during the research prove that in order to prevent a crisis, companies should use anti-crisis measures, which will allow to increase production volumes, stabilize financial revenues, improve the state of receivables and ensure the viability of the health care company in a difficult economic situation.

In order to improve the financial situation, it is necessary to use anti-crisis measures, which prevent the onset of the crisis and the emergence of financial problems, reducing the level of risk. The implementation of anti-crisis measures should be carried out comprehensively and with the use of constant research. The health care company has four main stages of its life cycle: creation, rise, maturity and bankruptcy (reorganization). We consider it necessary to use anti-crisis measures at each stage of the life cycle of the health care company.

The stage of establishment of a health care company should provide with a clear-cut phase-out strategy for product promotion on the market, as well as a pricing and communication strategy. On the stage of lifting the health care company for warning the crisis situation the use of an effective and professional management system is required with the need to attract qualified specialists. At the stage of maturity, the purpose of the use of anti-crisis measures is to stabilize the situation and prevent the reduction of the market segment. The stage of reorganization or bankruptcy is characterized by the use of measures aimed at optimizing the budgeting, in case of need to rent an unnecessary premise, sales of individual buildings, etc., or to sell the health care company as much as possible and obtain at least some profits.

The achievement of positive results when using the tools of crisis management can be integrated with their application and purposeful coordination of actions between workers and managers, clear sequence of tasks, decisions urgency, etc.

The prospects for further research in this area are considered to be the study of the impact of the above-mentioned anti-crisis measures at each stage of the life cycle to change the final financial result of the health care company.

### REFERENCES

1. Benson Mugi Muhunyo Effect of internal control systems on financial performance of public institutions International Academic Journal of Human Resource and Business Administration | Volume 3, Issue 2, pp. 273-287
2. Autisier D. Internal auditing: 'A control process of Thinking, Constructing, Implementing, and Analyzing' 8<sup>eme</sup> congrès IAAER – AFC – 23/25 Octobre 1997 – ESCP Paris
3. Hawkins D. Introduction to the Internal Control Process. Harvard Business publishing, 005 Coombs, W.T. (2007), *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
4. Dinkin, D.R. (2007), *Organizational Crises in Local North Carolina Public Health Agencies: A Crisis Typology & Assessment of Organizational Preparedness*, Chapel Hill, NC.

## THE IMPORTANCE AND RELEVANCE OF AN INNOVATIVE APPROACH TO MANAGEMENT DECISION-MAKING

**Odashev Ikboljon Mashrabjonovich**

Uzbekistan, Tashkent, "Economy: analysis and forecasts"

State unitary enterprise edition of the magazine

General specialist

**Abstract.** *It is impossible to imagine the modern world as the product of innovation and the new evolutionary development that they bring. Many researchers believe that innovation is now the driving force behind economic and social development. In this regard, the main objective of this research is to identify the factors based on the use of international experience that shape the economic model of innovative development, and make recommendations for the economy of Uzbekistan, to ensure the timely and high-quality performance of certain types of human society, and also study of the affective impact of high technologies as a solution and consumption on management decisions, to critically assess existing problems, to make scientific predictions for prospects. This is because the macroeconomic indicators of many leading countries in the field of innovation development, the effective functioning of financial networks, the quality and level of living of the population are inextricably linked to innovative decisions.*

**Keywords:** *Management, innovations, technologies, processes, countries' development, forms of innovation, nanotechnologies, decision-making, and alternative.*

*"Leadership is making a wise decision even when it's hard"*

Todd Stocker

**Introduction.** The interest in generating new things of humanity in history has always had been continuous. The periods from the discovery of hunting weapons in the stone period to the emergence of motifs, clothing, housing, paper, and writing, without fear, can also be called the historical roots of today's innovation, more precisely, the era of innovation. That is precisely why the discoveries of the personality society were made as a result of the fact that people make the necessary decisions about the performance of one or another of these daily tasks. Every day a person makes these or that decisions: what type of transport to choose (by car, bus, train, airplane, etc), what kind of food to eat what kind of clothes to wear, with whom to make friends or treat, what kind of work to engage in, what kind of leisure, etc. The daily decisions that people make are carried out within the framework of their age, gender, social origin, and material possibilities, and the status, and autonomy of the decision taken if the content is close to each other can come to a solution that does not overlap from point of view.

**Management decision** - it is one of the management supports that are associated with choosing the most optimal variants among the several solutions that are identified to ensure effective management of the existing problems, tasks, and activities that relate to this or that type of management regardless of the type of activity. The management decision-making process is a continuous management process, associated with identifying the problem, assessing it comprehensively, developing alternative solution options and bottlenecks in a solution that provides the most effective management from within them. Without management decisions, no management processes can be controlled.

One of the most famous scientists of the world, Albert Einstein said his opinion of views to decisions and creating news and changes, and how should tackle with them: ***"It's not that I'm the smartest. The fact is that I devote more time to solving problems. A man who never made mistakes, just never tried to achieve something new"***. Yes, in fact, when we making a decisions, we may make a mistakes. But traditional model of decision-making process is repeating cycle which let us correct them in time.

The researchers, who made a tremendous contribution to the creation of the theoretical framework for management decision-making are C.A. Abchuk, G. Vagner, V.A. Gelovani, V.N.Y. Evlanav, S.V. Emelyanov, L. Zade, D. Kaneman also who work in the formation of theoretical and methodological aspects of management decision-making are A. Avdeev, O.A. Deyneko, V.S. Diev, Dj. Dickson, A.V. Karpov, G. Kelli, V.V. Kochetov, B.G. Litvak, E.Z. Meymines, Dj. Neiman, V.S. Pokrovsky, I.P. Shadrin, D.I. It is also necessary to recognize the significant labor of Shapiro.

In the sentence of scientists who studied the theory of management decision-making together with practice are R.L. Ekkafe, I. Ansoffa, G.V. Atamanchuk, V.G. Afanaseva, N. Vinera, D.I. Gvishiani,

A. A. Godunova, P. Druker, B.Z. Milner, U. Morris, V.I. Obrazova, Dj. O'shonnese, T. Peters, V.N.Y. Cytingon and S. Newbies can come in handy.

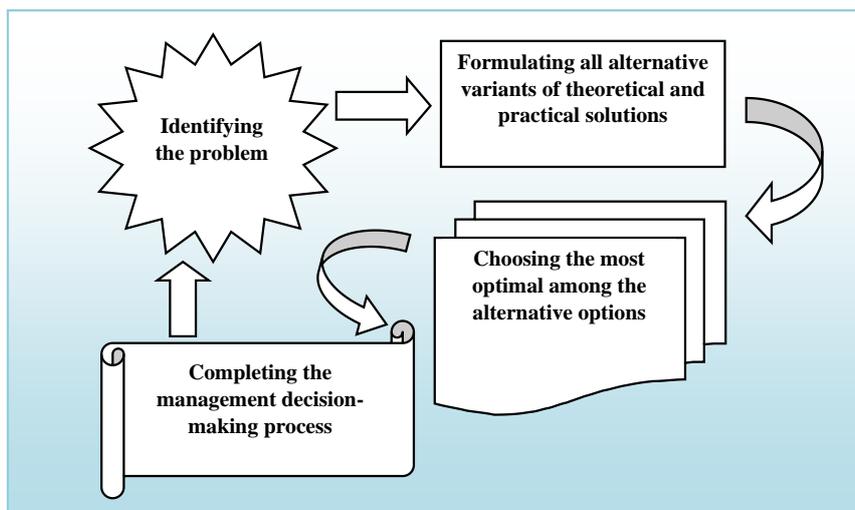


Fig. 1. The traditional model of management decision-making  
Created by author

Regardless of the type of activity, the simple scheme of traditional management decision-making of the management activity is expressed through the above graph.

As we can be seen from the scheme, the most important and necessary issue, and problems which takes much more time of the management decision-making is to identify the problem related to the event and event that motivated the decision-making.

By the folk proverb of Japanese says that: ***“If the problem can be solved, do not worry about it. If you can’t solve the problem, it’s useless to worry about it”***. It is one of the philosophical bases of solving the problems and making affective decisions.

In determining the problem, it is also required to clearly and transparently express all the details of the object and sub-approach, giving the most accurate assessment of the object of management. If necessary, it is in need to involve experts in the problem. The more accurate and correct the problem, the easier it will be to work on the theoretical and practical solutions to solve it. Since the solutions of the problem directly affect the daily and future activities of the enterprise and the organization, at this stage it is necessary to further modernize the quality of the activation process, pay attention to the issue of the use of techniques and technologies. This can also be briefly called technological solutions to the issue. The use of the latest innovative technologies as a technological solution requires innovative decision-making. The main essence of innovative decision-making is expressed in the fact that it can provide a high level of quality indicators in the performance of the task set, lead to high profitability, and create the opportunity to optimize the impact of expenditure. In the decision-making process, the sum of several options, identified together with theoretical and practical skills, is formulated, and these alternative options, together, can help to find solutions to the existing problem eliminate it and prevent it from happening again in the future. It is considered to be the most optimal among the alternative options available as the most autonomous and complex task at this stage, which requires the decision-making person to have a lot of knowledge and skills related to a variety of economics, management. Here, by making decisions on the most complex problems, for example, when making decisions of global importance, one can come up with the need to make joint, collective decisions, and not alone. We will prove our opinion with the help of the following concrete examples.

**Example №1.** A decision of global importance on the exit of Great Britain from the European Union was adopted several years ago, which in the implementation of this decision created a situation in which the continuity between the British government and the parliament, as well as between British and European parliament, lasted several years and caused controversy of global importance, in this regard, the measures, the options proposed by the new British Prime Minister, Boris Johnson, who planned to bring this task to the end were the reasons for the effective solution of the decision on Brexit, and the fact that the United Kingdom officially came out of the European Union on 31 January 2020 was announced all over the world.

In the adoption of such decisions, of course, various innovative technologies are not used. Perhaps it is limited only by the traditional way. But in the conditions of the market economy, the participation of innovative technologies in solving many problematic issues in enterprises and organizations, transnational corporations, international multilateral conglomerates, as well as in public administration is of paramount importance.

**The main factors that cause this in the sentence:**

- Eliminate existing barriers to minimizing costs and maximizing revenue;
- The need for the implementation of quality management, the ability to withstand the competitive environment and the development of appropriate strategies;
- The need for enterprises and organizations to ensure that their assigned missions achieve their higher goals;
- An abundance of management decisions that need to be made but that are too complex to be made;
- Factors such as the increasing demand and desire of consumers for new types of goods and services daily, the requirements for the development of modern means of their satisfaction are in the sentence.

The importance of timely decisions made by the brothers Mack and Dick Mac Donald on innovative decision-making is reflected in the following example.

**Example №2.** In the 40 years of the 20th century, brothers of Mac and Dick Mac Donald open a traditional and not so big restaurant in San Bernardino. The restaurant brought the brothers a profit of about 200 thousand dollars a year, which made them satisfied. But the situation will soon go to the downside worse. Restaurants like them will be more and more. To get out of this situation, it was necessary to make serious changes to the activity. And the brothers decide to restore the restaurant in a completely new way. They call the new restaurant McDonald's and it will open in the December 1948 year. This restaurant was fundamentally different from the many specifications of its predecessors. For example, they developed a self-service system as one of the first, sharply reducing the range of dishes offered, and in the Kitchen, Collective service was established. This provided a reduction in the price of hamburgers from 30 cents to 15 cents. There was no such restaurant in California. The restaurant operated on the principle of a conveyor. The menu had only 10 meals: hamburgers, cheeseburgers, and three types of non-alcoholic beverages, milk, coffee, pies, chips, and fries. The complexity of the prices quickly attracted people. Thanks to this, the income of the brothers exceeds 350 thousand dollars per year. This is how the history of the company McDonald's began.

So, as we can be seen from examples, it is also significant to have a new approach to the management of activities in decision-making. Finding innovative solutions for management decision-making requires having enough knowledge about the forms of high technology to have an innovative approach. To date, the forms and appearance of innovations have also changed radically in terms of quality and quantity. Biotechnologies, Microelectronics, modern information technologies, atomic energy, aerospace technologies involved in the assimilation of space, robotics, and nanotechnologies, which are often mentioned in the media in the last days, are in the sentence, etc.

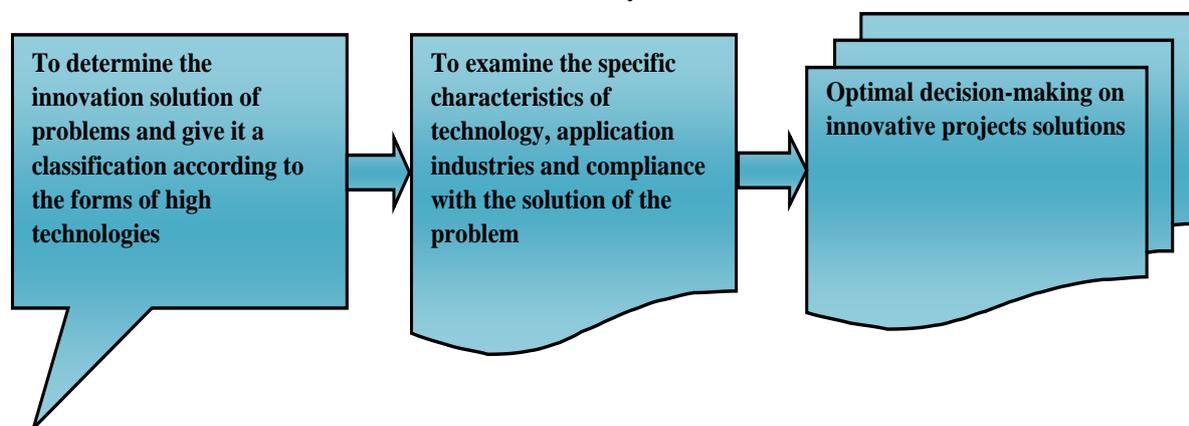


Fig. 2. The process of applying innovative technologies to management decision-making  
Created by author

Table 1. Forms and networks of high innovation technologies

<b>Forms of high technology</b>	<b>Specific aspects of technology</b>	<b>The period of appearance</b>	<b>Scope and networks</b>
<b>Biotechnologies</b>	Applied according to the feature requested in living organisms and systems	The 1940 year, application of antibiotics	Microbiology, gene engineering,
<b>Microelectronics</b>	It is used in the preparation of semiconductor electronic enclosures	The 1948 year (the discovery of the transistor)	Production of digital micro-circuits, computer, and, peripheral equipment
<b>Information technology</b>	Methods of gathering, storing, presenting, and protecting information through computer	The 1950 year	Creation of software, mobile, and telecommunication database, Internet, navigation systems
<b>Atomic Energy</b>	Transformation of nuclear energy into heat and electricity	The 1950 year	Nuclear power plants
<b>Aerospace activity</b>	Technical equipment necessary for use in space, creation of materials	The 1950 year	Avia, rocket-building, weapons
<b>Robotatecnic</b>	Creation of automated technical structures	The 1950 year	Industry, military industry, and others
<b>Nanotechnologies</b>	Creation of microscopic equipment	The 1990 year	Creation of self-sensitive optical, adsorption, and other similar property materials, cancer treatment

The classification of forms of innovative technologies has characteristics that are inherent in the decision-making process. The following diagram shows the stages of working with innovative technologies in the process of management decision-making. Each of the innovative technologies mentioned in the table below is evaluated as a result of the enormous efforts of humanity with the presence of its conditions, a necessity. The uniqueness of these forms of technology is valued as one of the most remarkable discoveries of the emerging era, with the fact that the same period began a new stage of society and the state, and most importantly, economic development.

But in addition to the inherent superiority of high technologies and the enormous capabilities that they create, there are also disadvantages and threats. We will evaluate this with the help of the SWOT-Analysis of the following modern technologies.

New technical and technological solutions, the main of which was created from the early stages of the development of mankind, have been introduced for the military sphere in many cases. The innovative tools designed and invented to modernize the military sphere, to withstand various dangers, were later dropped into the hands of dangerous people and were also used for malicious purposes. I believe that the prevention of this type of threat, which is expected from all the technical and technological innovations that are currently being created, which serve society and the state, should constitute the most basic content of innovative management decisions. How good are innovations and ensure a prosperous life for societies, the economic efficiency that comes from will also bring such a high profit as well?

The peculiarities of the innovative approach in management decision-making should be accompanied by the position and role of the decisions taken in management, to which sphere they relate. It is of great importance that the decision taken here is secured in financial terms. Because innovation decisions, which are provided in financial terms, justify the technological provision of the decisions made. Management decision-making another aspect of the innovative approach is the widespread use of economic mathematical modeling in the decision-making process. Economic mathematical modeling is explained by the optimization of decision-making on issues of all types of production, and service sectors of entrepreneurs, businessmen, and businessmen, who are active participants in the market economy. We will isolate this with the help of an example in the queue.

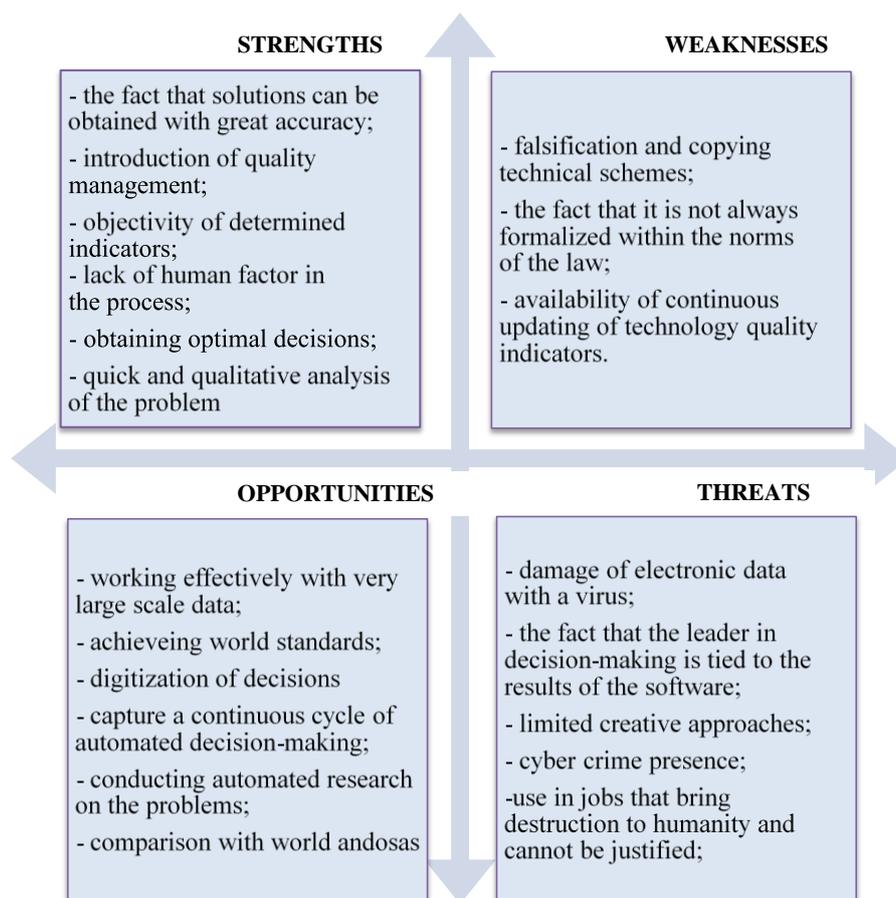


Fig. №3. SWOT-analysis of Innovative Decision-Making Process  
Created by author

**Example №3.** The adoption of public administration decisions on the introduction of timely innovations in the countries listed in the table below not only created a high-tech infrastructure, an innovative society in the society but also directly influenced the competitiveness index of these countries in the countries of the world. In this table, the index of innovation development is evaluated in the 100-point system, the closer the country's global innovation index approaches 100 points, which means its leadership in the field of innovation, and global competitiveness index is also rated in the 100-point system. There also means that as the index approaches zero, the country's competitiveness index has deteriorated, while on the contrary, as it approaches 100 points, it has a high position in terms of competitiveness criteria. [1, 3]

Table 2. Top 10 Most Innovative Countries of 2019 years and their ranking

	Countries	Global Innovation Index/Ranking	Global Competitiveness Index/Ranking	Ranking by the income of the population
1	Switzerland	67.27 / 1	82.3 / 5	6
2	Sweden	63.65 / 2	81.2 / 8	5
3	United States of America	61.73 / 3	83.7 / 2	8
4	Netherlands	61.44 / 4	82.4 / 4	3
5	United Kingdom	61.30 / 5	81.2 / 9	7
6	Finland	59.83 / 6	80.2 / 11	2
7	Denmark	58.44 / 7	81.2 / 10	1
8	Singapore	58.37 / 8	84.8 / 1	4
9	Germany	58.19 / 9	81.8 / 7	9
10	Israel	57.43 / 10	76.7 / 20	10

The countries of Central Asia also carry out reforms in the public administration to attract innovation and develop this sphere on a large scale. In the ranking of global innovation index the 2019 year, it is possible to meet Kazakhstan (79th), Kyrgyzstan (90th), and Tajikistan (100th). Since Uzbekistan also has promising opportunities for participation in the index of innovation in the coming periods, we are now in the process of data collection in this area.

The position of the following selected countries in the Global Innovation Index has entered, and it is possible to observe that these countries' position in the Global Competitiveness Index of the countries of the world and the income of the population are also directly correlated in the last places in all countries of the world. [1, 3]

Table 3. Global Innovation Index and Global Competitiveness Index of the poorest countries of the world

	<b>Countries</b>	<b>Global Innovation Index / Ranking</b>	<b>Global Competitiveness index/ Ranking</b>	<b>Ranking by the income of the population</b>
1	Nicaragua	22.55 / 120	51.5 / 109	109
2	Madagascar	22.38 / 121	42.9 / 132	123
3	Zimbabwe	22.30 / 122	44.2 / 127	124
4	Benin	20.42 / 123	45.8 / 125	126
5	Zambia	20.36 / 124	46.5 / 120	124
6	Guinea	19.50 / 125	46.1 / 122	127
7	Togo	18.54 / 126	- / -	128
8	Niger	18.13 / 127	48.3 / 116	125
9	Burundi	17.65 / 128	40.3 / 135	111
10	Yemen	14.49 / 129	35.5 / 140	129

Through this scientific research, it was found that there is a direct correlation between the world talent ranking and global innovation index in the selected countries, and its value was 68.1%. [1, 2]

Table 4. Level of Correlation between World Talent Index and the Global Innovation Index

	<b>Countries</b>	<b>World talent ranking</b>	<b>Global Innovation Index</b>
1	Switzerland	100.00	68.40
2	Sweden	82.45	63.08
3	United States of America	79.22	59.81
4	Netherlands	85.25	63.32
5	United Kingdom	72.63	60.13
6	Finland	83.00	59.63
7	Denmark	91.97	58.39
8	Singapore	78.66	59.83
9	Germany	81.11	58.03
10	Israel	75.86	56.79

**Parameters of regression equation:**

**Average units:**

**Selective dispersion:**

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} = \frac{830.15}{10} = 83.01;$$

$$S^2(x) = \frac{\sum x_i^2}{n} - \bar{x}^2 = \frac{69484.94}{10} - 83.01^2 = 57.00;$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} = \frac{607.41}{10} = 60.74;$$

$$S^2(y) = \frac{\sum y_i^2}{n} - \bar{y}^2 = \frac{36997.26}{10} - 60.74^2 = 10.26;$$

$$\overline{xy} = \frac{\sum x_i y_i}{n} = \frac{50584.91}{10} = 5058.49.$$

To do this, we use the correlation coefficient indicator of the linear regression equation. It is considered as follows,

$$r_{xy} = \frac{\overline{xy} - \bar{x}\bar{y}}{S(x) \cdot S(y)} = \frac{5058.49 - 83.01 \cdot 60.74}{7.55 \cdot 3.202} = \frac{16.46}{24.175} = \mathbf{0.681}.$$

or between World Talent index of the selected countries and their Global Innovation Index, which was significantly higher, amounted to  $r_{xy}=0.68$ .

Therefore, it can be concluded that innovation development should have not only the presence of technology and innovation but also human capital, new ideas, new works, which are discovered by its ability.

One of the influential factors of the degree of Global Innovation Index is innovative organizations. Today, there are so many innovative companies, international and multinational organizations, entrepreneurs of the world, so it is not easy to count, to assess and learn all of them. But we can select them by their some innovative indicators or researching works.

The Fast Company magazine publishes the results of a ranking study on how to identify the most innovative companies every year. In 2019 years, it is published ranking of 50 the most innovative organization of the world. By reading of this ranking, you can see not only innovative organizations of the world, but also we can see some competitiveness through the table.

Table 5. The Fifth Most Innovative Companies of 2019

<b>1</b>	<b>Meituan dianping</b>	<b>26</b>	<b>Zola</b>
<b>2</b>	Grab	<b>27</b>	Lanzatech
<b>3</b>	Nba	<b>28</b>	Jiosaavn
<b>4</b>	The Walt Disney company	<b>29</b>	Jumio
<b>5</b>	Stitch fix	<b>30</b>	Foundation medicine
<b>6</b>	Sweetgreen	<b>31</b>	Arterys
<b>7</b>	Apeel sciences	<b>32</b>	Alnylam pharmaceuticals
<b>8</b>	Square	<b>33</b>	Beautycounter
<b>9</b>	Oatly	<b>34</b>	Sonder
<b>10</b>	Twitch	<b>35</b>	Indigo ag
<b>11</b>	Target	<b>36</b>	Nubank
<b>12</b>	Shopify	<b>37</b>	Goat
<b>13</b>	Ancorfree	<b>38</b>	Snohetta
<b>14</b>	Peloton	<b>39</b>	African leadership university
<b>15</b>	Alibaba group	<b>40</b>	Fanatics
<b>16</b>	Truepic	<b>41</b>	Unmade
<b>17</b>	Apple	<b>42</b>	Modern fertility
<b>18</b>	Unity technologies	<b>43</b>	Rocet lab
<b>19</b>	Domino's	<b>44</b>	A24
<b>20</b>	Plaid	<b>45</b>	Teachers pay teachers
<b>21</b>	Universal music group	<b>46</b>	Ammunition
<b>22</b>	Airtable	<b>47</b>	Sesame workshop
<b>23</b>	Lineage logistics	<b>48</b>	Acorns
<b>24</b>	Kano	<b>49</b>	Mozilla
<b>25</b>	Winc	<b>50</b>	Punch bowl social

**1) Meituan dianping.** The first place was occupied by the Meituan Dianping platform, the creator of the largest technology platforms in China, which provides a very wide range of services from food ordering to location handling from hotels to hotels. It is noteworthy that in the first half of 2018, Meituan Dianping carried out 27.7 billion transactions totaling 33.8 billion dollars, of which about 350 million people from 2800 cities used these services.

**2) Grab.** The second place is occupied by Grab, a Singapore company that won the competition with Uber last year and restored its position among local carriers. It has also adequately addressed the types of services it offers without stopping. Now, more than 130 million customers can not only order food and buy tickets through this popular app, but also use several financial services. Joint projects with partners will also be able to provide health care services in the coming days. By the end of 2018, the total revenue of the company amounted to 1 billion dollars. It also managed to attract additional funding of \$ 3 billion.

**3) Nba.** Despite its wide range of services in the international market of entertainment venues, the National Basketball Association is constantly increasing the volume of its target audience in the

events to be held in addition to its status. It is also worth noting that last year's league games also have record-breaking visitors. The reason for the increase in the number of its supporters by 63%, and the increase in the total income of the organization by 25%, is explained by the fact that the association makes advanced innovative decisions. The project, which has brought the greatest popularity among these innovations, is NBA 2ka League, which covers 21 teams and is characterized by the fact that professional sports are brought to the world of Electronic Entertainment.

**4) The Walt Disney Company.** The main downside of today's media giants' cross-competitive services is concentrated multimedia. The Walt Disney Company has been able to create an effective system of implementing, testing, and presenting its video content on such innovative issues.

**5) Stitch fix.** Stitch Fix is an excellent personal styling system in the United States, with its innovative solution that includes simple trading systems ranging from electronic algorithms, it has been able to adequately influence the company not only to occupy its fixed place in the online trading market but also to the development of the American ritual network.

Sweetgreen, Apeel Sciences, Square, Oatly, and Twitch were also considered among the top 10 of the world's most innovative companies.

For many years, the most famous brands of the world, such as Target, Alibaba Group, Apple, which has had its high position in the market of modern technologies, have not taken place more than ten of the strongest innovators. The main reason for this is explained by the fact that the innovation projects implemented by these companies in the past few years have not been successful. But, I think such kind of innovative organizations have much potential of making the most innovative organizations of the world.

### **Conclusions and recommendations.**

In the place of the conclusion, it should be noted that management decision-making is a continuous and most urgent process, which includes all spheres and types of services: sports, health, culture, education, transport, peasant and farmer cares, and all sectors of the industry, from human activities to management. If the doctor analyzes the state of health of the patient and makes decisions on how to treat it plays an important role in the healing of the patient, then the decision that the snooker will make on a specific calculation when playing with all the optional balloons participating in the game will lead to a meeting of victory or defeat. In farms and farmers also make the appropriate decisions at the right time for the quality cultivation of the crops planted on the ground during the season to what extent the dressing will increase. If farmers want to collect much more foods, then they need new tractors, new combines and various technologies Even in the sphere of education and culture, teachers and mentors evaluate the result of education and training given to the child from a young age in a state based on certain criteria. He or she makes these kinds of decisions based on his or her pedagogical skills in assessing the student. This means that management decision-making is a fundamental and continuous element of a management system that has the same impact force on everyone in the industry and professions, and that decision-making is provided by modern means, the availability of innovative solutions has a more positive impact on the quality of decisions and on-time execution. With the help of the results obtained from scientific research in the process of making innovative decisions, the following conclusions were developed:

- ✓ The role of innovative technologies in management decision-making and optimization of its solutions cannot be overemphasized;
- ✓ The innovative approach to management decision-making has its inherent advantages, opportunities, at the same time, disadvantages and possible risks;
- ✓ Decision-making is a process based on the selection of the most optimal among several options for the proper regulation of the daily and continuous work of mankind;
- ✓ Start building Business Model Innovation for every type of enterprises, companies and, etc.
- ✓ Creating a Culture of Innovation through Agile, navigating digital disruption, leading and managing innovative changes, making the imperative of business model innovation in the age of digital disruption, learning the language of business models, taking opportunities & challenges of digital transformation;
- ✓ Innovative decisions are a set of tools that have a wide range of impact forces that directly contribute to the prosperity of not only the activities of some individuals but also the way of life.

I also believe that in the process of using innovative technologies in the management decision-making process, it is worthwhile to put forward the following recommendations for the economic and social life of Uzbekistan, and these can help modernize in the nearest future of our nowadays life:

- ✓ Conduct joint discussions with the project managers on the elimination of existing mandatory restrictions in the organization;
- ✓ Draw up a program to identify potential factors that are gearing up for the introduction of the current innovation process;
- ✓ Categorization of resources allocated for innovation in activities according to the level of business activity;
- ✓ Carrying out investment supply policies according to the ratio of usefulness;
- ✓ Having much more educational and practical courses at universities and institutes for students how to optimal manage technologies, innovations in their future work places;
- ✓ To get acquainted with the results of measures taken to improve the innovation efficiency of enterprises and organizations on similar problems in other organizations and to get recommendations from other research works;
- ✓ Management culture, exchange of experience, training of personnel together with the practice of projects carried out in the organization, etc.

A great spiritual teacher of China, Confucius said: *“Do not be afraid of changes. Most often they happen exactly at the moment when they are needed”*. Yes, Confucius was right. Every changes of our life which we need today bring us much more innovative way of working, living, doing and etc. That’s why, modernization and digitalization of the economy of Uzbekistan using of improving the innovative decision-making process will make our social, economic, cultural and financial life more and more behavioral, more and more positive, and more changes. I think we have enough resources such as intellectual, physical and other for making a more innovative way of life by our innovative approaches of every decision-making process.

### REFERENCES

1. The Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives-The Future of Medical Innovation, Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, and Sacha Wunsch-Vincent, 12-TH EDITION, 2019.
2. IMD world talent ranking 2018, CH-1001 Lausanne, Switzerland, 2018.
3. World Economic Forum 2019. The Global Competitiveness Report 2019, Prof. Klaus Schwab
4. Doing Business 2018, A World Bank Group Flagship Report 2018. Washington DC 20433
5. Innovative development of the world economy in globalization, S. Y. Salamatina, Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation, mid-journal.ru.
6. Innovative models of economic growth: foreign experience, Kashnikova Tatiana Vasilievna, Candidate of Economic Science, Docent of the Cathedra of Economic Theory, Department of Economics; Southern Federal University.
7. Stefanie Siraghi, 2018, Innovation beyond the comfort zone, 20 Cabot Square London, 2018 The Economist Intelligence Unit Limited.

## РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ И ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Шишкин Н. В., Жумагулова Н. С.

Кокшетауский университет им. А. Мырзахметова, Казахстан

**Abstract.** *The article discusses some problems of translating advertising slogans from the point of view of the communicative process. When translating advertising texts, the main goal of the translator is to transmit a message that would have the same effect on almost all readers of the target text. The translator as a participant in communication provides the translation of the elements of the source text and the transmission of the source text message. The creativity of the advertising language makes the translator become the author of the texts. Thus, the target text itself becomes a new and original text, an instance of the relationship between the target text and the target readers.*

**Keywords:** *slogans, translation, advertising, translation technologies, message.*

**Введение.** Согласно американскому словарю английского языка Heritage® (2011), реклама — это: 1. Деятельность по привлечению общественного внимания к продукту или бизнесу посредством платных объявлений в печатных, вещательных или электронных СМИ; 2. бизнес по разработке и написанию рекламы; 3. Реклама рассматривается как группа.

Словарь английского языка Collins - «Полный и неограниченный» (1991, 1994, 1998, 2000, 2003) содержит следующие определения: 1. (Маркетинг) продвижение товаров или услуг для продажи через безличные средства массовой информации, такие как радио или телевидение; 2. (Маркетинг) бизнес, который специализируется на создании такой рекламы; 3. рекламные материалы коллективно; публичность. Рекламные объявления представляют собой важную часть рекламы, они состоят из картинок, наборов слов, короткометражных фильмов, которые предназначены для того, чтобы убедить людей купить продукт или воспользоваться услугой, или они предоставляют информацию о различных событиях или кампаниях. За прошедшие годы они стали инструментом манипулирования социальными ценностями и отношениями, будучи менее сфокусированными на основной функции передачи информации о товарах и услугах. В настоящее время спрос на рекламу увеличился. Согласно Джудит Уильямсон (1978: 75), «реклама не только продает товары и услуги, но и сама является товаром». Цель копирайтеров рекламы - не только продвигать товары и услуги, но и развлекать публику и влиять на отношение, убеждения и поведение. Например, реклама продвигает кампании для образования, здравоохранения, окружающей среды или социальных кампаний. Уильямсон также считает рекламу «официальным искусством» передовых индустриальных стран Запада. Рекламные объявления можно найти повсюду в городах, что делает рекламу учреждением с участием художников, писателей, режиссеров и поддерживается средствами массовой информации. Лейс сет ал. (2005) утверждает, что реклама, помимо своей основной роли в продвижении товаров и услуг, имеет новые цели, такие как передача новых сообщений целевой аудитории: межличностные и семейные отношения, чувство счастья и удовлетворенности, половые роли и стереотипы, исчезновение культурных традиций, влияния на молодое поколение, роли бизнеса в обществе, убеждения и личной автономии и других.

### Основные элементы коммуникации в рекламе.

Феномен массовой коммуникации – это деятельность, посредством которой один или несколько человек взаимодействуют с другой группой людей, чтобы передать значение с помощью символов. Феномен массовой коммуникации появился потому, что считался наиболее эффективным способом взаимодействия с потребностями общества. В литературе в этой области обсуждаются как минимум четыре понятия: отправитель, получатель, сообщение и канал (медиа). Эта функциональная модель коллективной информации также может быть применена к рекламе. В рекламе отправитель представлен рекламодателем. Отправитель систематизирует объявление с помощью редакторов, дизайнеров, фотографов, копирайтеров и исследователей. Исследование подразумевает определение значения, которое должно быть отправлено, и кодификацию сообщения в символы. Культура также играет важную роль в копирайтинге. Копирайтинг называется «искусством написания рекламных сообщений» (Jefkins, 2000: 203). Их цель –

спровоцировать внимание, интерес, желание, убежденность и действия. Копирайтеры используют множество методов для создания желаемого убедительного сообщения, например, картины, креативный дизайн письма, привлекательные цвета. Джефкинс утверждает, что вся работа по написанию рекламы должна быть командной работой. Дизайн и верстка могут помочь составителю рекламного сообщения придать более сильный смысл словам рекламы. Изображения и типографика (например, шрифты большего размера) подчеркивают и поддерживают содержание рекламы. Другая цель копирайтеров рекламы - подчеркнуть имидж бренда, его качество и превосходство по сравнению с другими продуктами или услугами, доступными на рынке. Публика (или аудитория - получатель) состоит из людей, которые видят или слышат рекламу. Результат процесса коммуникации, то есть покупки или отказа от продукта, зависит от фазы декодирования. Этот этап включает в себя: восприятие и понимание сообщения, его чтение или прослушивание, а также усвоение представленных символов. Чтобы расшифровать сообщение, получатель должен понимать буквальное значение слов или значение, лежащее в основе слов. Изображения, дизайн, макет и типографика работают как символы и связаны с письменным текстом, потому что они являются частью сообщения, передаваемого рекламой. Сообщение играет важную роль во влиянии на потребителя. Другими словами, передаваемое сообщение может иметь большее значение, чем продукт. Символическое значение продукта, значения, которые искусственно помещены в связанное изображение, имеют большое значение для рекламодателя, а также для клиента, чтобы удовлетворить потребность. Внушительная реклама ставит функциональное назначение продуктов на второе место и подчеркивает их символическое и воображаемое значение. Другими типами символов, которые передают сообщение, являются графические символы брендов. Чтобы увеличить потребление продукта или услуги путем создания «имиджа бренда» и «лояльности к бренду», производители постоянно поддерживают связь с массовой общественностью, чтобы убедить их или напомнить им о продуктах, которые они продают. Пресса является старейшим и наиболее традиционным каналом, который используется благодаря своему гармоничному стилю (имиджу и содержанию) и особенно благодаря своей способности к сегментации (ежедневные газеты или журналы, национальные или местные газеты, женская пресса, специализированные журналы), используемые для различных стилей жизни. Газеты представляют классовые, политические, религиозные, этнические и языковые группы, а журналы представляют особый интерес. Таким образом, можно достичь определенных и четко определенных разделов читателей. В наши дни газеты и журналы улучшили типографию, чтобы повысить интерес читателей. Недостатком печатной рекламы является сложная оценка их реальной аудитории. Основным преимуществом телевидения являются миллионы одновременных зрителей и возможность привлечь внимание. Это мощная и быстрая рекламная поддержка, но обычно слишком дорогая, и она не предназначена для определенной категории людей. Радио является наиболее распространенным средством рекламы. Это особенно средство продвижения, в основном используемое для известности брендов и для увеличения продаж за счет повторения рекламных объявлений. После кризиса кинотеатр считается престижной средой, относительно дешевой, позволяющей нацелиться на конкретную цель (молодые и образованные люди, живущие в городе). Так же, как печатная реклама, она позволяет регионализацию и локализацию рекламных кампаний. Интернет, представленный Биллом Гейтсом (1995: 184) как электронная магистраль, дающая «всем нам доступ к, казалось бы, неограниченной информации, в любое время и в любом месте, где мы хотим ее использовать», может сыграть рекламную роль через средства массовой информации: телевидение, персональные веб-страницы, доски объявлений, подкасты, блоги и услуги видеохостинга.

### **Язык рекламы**

Цель рекламы — передать сообщение, которое легко понять и запомнить. Хорошее объявление запоминается повторением, но название бренда или хороший слоган также могут сделать объявление успешным. Leech (1983) утверждает, что в результате повторения, будь то в одной рекламе или во всей рекламной кампании, потребитель может быть доведен до такой степени, что название бренда и некоторые ключевые слова, связанные с ним, автоматически ассоциируются одно с другим, поэтому что продукт хранится в его уме с постоянно прикрепленной этикеткой. Копирайтеры рекламы стараются учесть эти характеристики при написании рекламы и используют язык как важный инструмент, чтобы удивить и привлечь внимание аудитории. С самого начала и до наших дней реклама создала свой собственный

язык. Лич (1983) указывает, что существует 3 типа «лингвистической неортодоксальности»: лексический (смешанные слова, одноразовые слова), семантический (персонификация, метафора) и контекстуальный (неоднозначность). Язык, используемый в рекламе, считается отличным от языка, используемого в повседневных ситуациях. Слоганы — это способ рекламы продукции. Они концентрируют в нескольких словах девиз компании, ее цели и преимущества, которые продукты могут принести клиентам. Слоганы становятся важной частью рекламной стратегии, когда компания решает рекламировать свою продукцию на международном рынке, вступая в другие социальные и культурные рамки. Письменная реклама состоит из следующих элементов: заголовок (привлекает внимание читателя и для этого необходимо использовать название бренда в заголовке), основной текст (содержит основную часть рекламной информации), слоган (поймать слово, ключевая фраза), иллюстрации и цвета (представляют реалистичное изображение продукта, но также передают идеи, взгляды или убеждения), товарный знак (отличительный знак, который отличает продукт или услугу от других; товарный знак содержит типичное имя, слово, фразу, логотип, дизайн и изображение или комбинация этих элементов), название бренда (коллекция символов, которые помогают продукту или услуге быть узнаваемыми на рынке). Чтобы быть эффективным, каждый слоган имеет определенные характеристики: он использует простой и разговорный язык, предложения должны быть короткими, обычно императивными или вопросительными, или даже предложения без предиката. Лозунги полагаются на коннотативное значение и неоднозначность слов, используют каламбуры, хорошо известные фразы, идиомы или поговорки. Новые придуманные слова, такие как смешанные слова, одноразовые слова или соединения, заставляют лозунг быстро привлечь внимание аудитории. В качестве компонентов рекламного текста слоганы используют такие фигуры речи, как: гипербола, метафора, повторение или аллитерация. Слоганы могут представлять: объективное описание имиджа или полезности продукта (например, сотрудники Nokia-Connecting, Ralph Laurent-Eyewear); желание использовать продукт (например: «Кока-кола» - «У меня есть кока-кола и улыбка», «Пепси» - есть день «Пепси»), символическое изображение продукта (Palmolive-Прикосновение природы, «Щедрость» - вкус рая)). Метафоры не только описывают продукты, но и передают отношения, идеи или концепции. Обычно лозунги состоят из коротких императивных предложений (например, компьютеры Apple - думайте иначе. American Express - делайте больше) или предложений без предиката (например, Allianz - власть на вашей стороне, American Airlines - что-то особенное в воздухе). Лозунги также состоят из перечисления существительных, прилагательных, наречий или глаголов (например, E-bay-Buy it. Sell it. Love it. Paulaner-Good. Лучше. Paulaner). Есть лозунги, которые играют на чувстве баланса между похожими и разнородными частями (например, Playstation-Live в вашем мире, игра в нашем; Microsoft-ваш потенциал. Наша страсть). Многие лозунги содержат сравнительное превосходство или превосходное качество (например, Sony-как никто другой; батарейки Duracell. Ни одна батарея не дольше держит батарею). Есть лозунги, которые опираются на общественные культурные знания, используя хорошо известные идиомы, поговорки и фразы (например, «Разберись, а не война!; Помоги детям быть детьми!»). В рекламных текстах используются в основном слова или изображения, которые могут иметь одно или несколько коннотативных значений. Чтобы убедить, развлечь или заставить общественность реагировать определенным образом. Коннотативные значения в лозунгах зависят от контекста. Например, слоган для ирландского пива Guinness: Brilliant! имеет более коннотативные значения. Слово может относиться к высокому качеству вкуса пива, к блестящей упаковке бутылки или к тому, что пиво дарит вам хорошее настроение. Лозунги часто используют образный язык, чтобы привлечь внимание и интерес читателя к товару или услуге или повысить осведомленность общественности по социальным или экологическим вопросам. Образный язык может создать неоднозначность, которая может дать несколько толкований лозунгу. Визенталь (2001) говорит о полисемии и омонимии как о «лексической неоднозначности» и о «грамматической неоднозначности», которую дает синтаксическая неоднозначность. Косметический слоган Maybelline В гриме визажистов используется каламбур, который может быть неоднозначным для читателей. Слово «макияж» используется в двух значениях. Одно значение слова макияж (косметика, наносимая особенно на лицо) ясно в контексте, в то время как первое слово слогана можно прочитать с другим значением (состав группы или команды, который является

комбинацией люди, которые в нем). Еще одним примером двусмысленности является лозунг для газированного напитка Dr. Pepper Be a pepper, Drink Dr Pepper. Слово перец используется как обычное и как собственно существительное. В контексте неясно, относится ли слово перец к названию бренда, так как оно написано не прописной буквой, или это слово является частью фигуры речи. Сильный вкус красного газированного напитка связан со вкусом перца. Неоднозначная формулировка может иметь несколько интерпретаций; это можно перефразировать как «Будь одним из нас, выпей доктора Пеппера» или «Будь острым, как перец» (переносное значение). Некоммерческая организация начала кампанию против бедности под лозунгом «Нам не нужны монеты, нам нужны перемены». Слова «монета» и «изменение» являются синонимами, но слово «изменение» также имеет другое значение, а именно «1. действие, процесс или результат изменения или модификации» (Словарь английского языка American Heritage®, 2011). На распечатанном объявлении кампании изображен человек с забастовкой в руках. Интерпретация лозунга может быть следующей: «Нам не нужно получать милость, нам нужны перемены». Однако смысл лозунга неоднозначен. В рекламе юмористическая сторона каламбуров может заставить рекламу достичь своей цели: развлечь публику и, таким образом, завоевать ее доверие. Годдард (1998: 21) указывает, что «предлагая забавную игру слов, рекламодатель предоставляет своим зрителям желаемое развлечение и, таким образом, заставляет их чувствовать себя врожденным по отношению к продукту, который он продвигает». Рекламодатель стремится привлечь и удержать внимание общественности, сделать ее более восприимчивой, доброжелательной, а также сделать слоган легко запоминающимся. В слогане для компьютеров Dell Dude вы получаете Dell!, слово Dell (торговая марка Dell для компьютеров) похоже на гомофоническое звучание слова «делка». Слово «чувак» делает восклицание более знакомым и создает юмористический эффект. Слоган играет на ритмическом эффекте, вызванном аллитерацией согласного d. Предлагая позитивный и дружелюбный подход, реклама может привлечь внимание и интерес читателей к покупке компьютера Dell. Копирайтеры предпочитают использовать идиомы и пословицы в лозунгах, главным образом потому, что большинство людей используют их в текущих ситуациях, и потому что они могут быть легко узнаваемы публикой. Есть также лозунги, которые используют буквальное значение идиомы или пословицы, создавая юмористический эффект. Лозунги могут очень быстро привлечь внимание, особенно когда они перефразированы. Творческое использование идиом и пословиц может дать им новые значения, делая их запоминающимися. Эти лозунги направлены либо на конкретную социальную категорию, либо на публику в целом. Через повторение лозунги входят в повседневную речь, создавая более знакомый и дружественный способ передачи сообщения. Частое использование перефразированных идиом и пословиц может помочь людям связать продукт с определенным лозунгом. Слоган для автомобилей Dodge, «Хватай жизнь за рога», использует английскую идиому «взять быка за рога». Значение этой идиомы: «Рис. противостоять проблеме и решать ее открыто» (Словарь американских идиом и фразовых глаголов McGraw-Hill, 2002) или «решительно и уверенно делать что-то сложное» (Cambridge Idioms Dictionary, 2006).

### **Теории перевода. Обзор.**

Перевод определяется как «двуязычное общение» (Neubert & Shreve, 1992: 69). «Переводчик - не отправитель исходного текстового сообщения, а производитель текста в целевой культуре, который принимает чье-то намерение для создания коммуникативного инструмента для целевой культуры или документа целевой культуры для исходной культуры». (Nord, 1991: 13) Одной из основных проблем лингвистики всегда было установление связи между людьми, принадлежащими к разным речевым сообществам. Переводчики пытались преодолеть барьеры в международном общении, в столетие, когда множественность языков стала неотъемлемой частью жизни людей. Расширение науки и техники, использующих специализированную терминологию, также увеличило потребность в переводах в этих областях. Точно так же, чтобы достичь своей цели, рекламные агентства увеличили количество переводческих услуг. Согласно Ниде и Рейберну (1981), основная цель переводчика - доставлять информацию как в содержании, так и в форме. Цель переводчика заключается не только в предоставлении информации; ему, возможно, придется передать определенный тип поведения посредством перевода. В этом случае переводчик должен попытаться не только сделать сообщение понятным, но и сделать общедоступным значение. Nida & Taber (1969: 14)

обсуждает проблему эквивалентности и говорит о контекстуальной согласованности; динамическая эквивалентность по формальному соответствию; ауральная (слышимая) форма языка над письменной формой; формы, которые используются и приемлемы для аудитории, для которой перевод предназначен поверх форм, которые могут быть традиционно более престижными. Текстовый лингвистический подход использовал текст в качестве основной единицы коммуникации. Текст в целом с его конкретной функцией считался единицей перевода. Новый подход ориентирован на целевой текст. Процесс перевода включал в себя анализ исходного текста в коммуникативных целях и целевого производства текста. Таким образом, производство текста основывалось на анализе особенностей исходного текста. Первым шагом было проанализировать наименьшие текстовые единицы и закончиться анализом текста в целом. Reiss (2000) классифицирует типы текста в соответствии с их функцией: изобразительная функция, выделенная в текстах, ориентированных на содержание, выразительная функция, указанная в текстах, ориентированных на форму, и убедительная функция, подчеркивающая тексты, ориентированные на привлекательность. Исходный текст сравнивался с аналогичными текстами, существующими в целевой культуре, с целью дублирования предполагаемой функции текста. Рекламные тексты относятся к третьему типу текста. Обращенные к апелляции тексты не только передают определенную информацию, но и представляют информацию в определенной перспективе для явной цели. Этот тип текста должен вызывать определенную реакцию аудитории, вовлекая ее в конкретные действия, например, покупку определенного продукта или услуги. Согласно Рейссу (2000: 41), в случае текстов, ориентированных на апелляцию, основной целью переводчика должно быть получение того же ответа от общественности, что и на языке оригинала. В рекламных текстах перевод должен учитывать целевую культуру, которая должна анализироваться отдельно от исходной культуры, поскольку реклама страдает от культурного смещения. Ориентированный на перевод исходный текстовый анализ Christiane Nord (1991) основан на функционалистском подходе и объясняет, как переводчик должен узнать об элементах контекста перевода и их влиянии в применяемых методах перевода. Переводчик должен постоянно сравнивать исходные текстовые элементы и целевые текстовые элементы. Она отмечает, что переводчик должен сначала выполнить детальный анализ внутритекстовых элементов (лингвистических и структурных) исходного текста, которые должны быть адаптированы к экстратекстуальным элементам целевого текста. В интратекстовых признаках есть ссылка на предмет текста, информацию, структуру текста с его композиционными и лингвистическими элементами. Предмет важен, потому что он определяет последовательность, осуществимость или культурный контекст. Культурный контекст может определять процесс принятия решений. Макроструктура текста относится к другим формам текстов, таким как цитаты и сноски, которые также могут предоставить информацию о структуре текста. Микроструктура относится к структуре предложений, распределению предложений в тексте и связным связующим устройствам. Экстратекстуальные элементы включают информацию об источнике исходного текста, первоначальном назначении текста, адресате, средстве общения. Информация об источнике исходного текста может быть получена из текста, из предисловия, послесловия или сносок, или прямо из текста. Назначение текста определяется намерением отправителя, что очень важно, поскольку оно определяет структуру целевого текста, как по содержанию, так и по форме. Информация о получателе также необходима в случае рекламного текста. Например, переводчик должен знать ожидания целевой аудитории, чтобы продемонстрировать то же намерение, что и источник исходного текста. Информация о канале помогает переводчику выбрать способ представления информации, выбор типов предложений или использование невербальных элементов. Пун часто трудно перевести, потому что они связаны со спецификой языка. Устранение неоднозначности каламбур в лозунгах делает текст менее интересным для читателей, если только переводчик не попытается воспроизвести послание лозунга как можно ближе к оригиналу. В некоторых лозунгах важно само каламбур. В случае каламбуров нет конкретной стратегии перевода из-за сложности методов, используемых каламбуром, которые могут различаться в зависимости от языка, таких как гомофония, многозначность или метафоры. Таким образом, переводчик становится автором текста, который пытается воспроизвести оригинальность исходного текста в другой форме, которая может оказать такое же влияние на читателей целевого текста.

**Выводы.** Лозунги являются основным компонентом печатной рекламы. Они несут центральное послание компании, рекламирующей свой бренд. В то же время лозунги передают сообщение о культуре и обычаях страны, и, следовательно, перевод связанных с культурой элементов исходного текста часто может стать проблематичным. Отсутствие аналогичного эквивалента исходного текстового элемента в целевом тексте в большинстве случаев требует адаптации, перефразирования или буквального перевода (поскольку лозунги часто используют буквальный значение идиом или фраз).

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бейкер, М. 1992. Другими словами: учебник по переводу. Лондон: Routledge.
2. Гейтс, Б. Дорога впереди. 1995. Нью-Йорк: Викинг букс.
3. Годдард, А. (1998). Язык рекламы: Письменные тексты. Лондон: Routledge.
4. Джефкинс, Ф. 2000. Реклама. Пересмотрен Даниэлем Ядином. Prentice Hall.
5. Leech, G. 1983. Принципы прагматики, London: Longman.
6. Leiss, W. et al. 2005. Социальная коммуникация в рекламе. 3-е издание. Новый Йорк: Тейлор и Фрэнсис.
7. Нуберт А. и Шрив, Дж. М. (1992). Перевод как текст, Кент: издательство Кентского государственного университета.
8. Нида, Э.А. & Taber, R.C. 1969. Теория и практика перевода. Лейден: Э.Дж.Брилл.
9. Нида Э. А. & Рейберн В. 1981. Значение в разных культурах. Нью-Йорк: Orbis Books.
10. Nord, C. 1991. Анализ текста в переводе: теория, методология и дидактическое применение модели для ориентированного на перевод анализа текста. Амстердам / Атланта: Родопи.
11. Рейсс. К. 2000. Критика перевода-Потенциалы и ограничения, Перевод Эррол Ф. Родс, Манчестер: Сент-Джером Пабблишинг.
12. Визенталь, А. 2002. Прагматика рекламы. Arad: Editura Universităţii «Vasile Goldiş».
13. Williamson, J. 1978. Расшифровка рекламных объявлений. London, Boyars
14. Американский словарь английского языка Heritage®, пятое издание. 2011. Издательство Houghton Mifflin Harcourt.
15. Cambridge Idioms Dictionary, 2nd ed. Copyright ©. 2006. Издательство Кембриджского университета.
16. Английский словарь Коллинза - полный и неограниченный ©. 1991, 1994, 1998, 2000, 2003. Издательство HarperCollins.
17. McGraw-Hill Словарь американских идиом и фразовых глаголов. © 2002. McGraw-Hill Companies, Inc.

## МЕРЫ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ ЖЕНЩИН НА ВСЕХ УРОВНЯХ И ВО ВСЕХ ОБЛАСТЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

*Ф. Хамдамова, старший преподаватель и соискатель  
Университета Мировой экономики и дипломатии, Узбекистан, Ташкент.*

**Abstract.** *The article is devoted to issues of increasing the representation of women at all levels and in all areas of international relations, in particular, their representation in the diplomatic service. The author analyzes the reasons for low representation of women in diplomatic corps and makes suggestions regarding increasing the representation of women in the diplomatic service in Uzbekistan.*

**Keywords:** *women's rights, diplomatic service, female diplomat, quotas, Ministry of Foreign Affairs*

**Введение.** Одной из задач в сфере обеспечения равных возможностей для женщин и мужчин является принятие мер для повышения представленности женщин в государственных органах власти и управления. Помимо мер по повышению представленности женщин в государственных органах власти, важно принимать меры по обеспечению представленности женщин на всех уровнях и во всех областях международных отношений. Данное обязательство вытекает из статьи 8 Конвенции ООН о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин 1979 г., ратифицированной Узбекистаном в 1995 г. В соответствии со статьёй 8 правительства должны обеспечивать представленность женщин на всех уровнях и во всех областях международных отношений. Это предполагает их участие в решении экономических и военных вопросов как многосторонней, так и двусторонней дипломатии, а также включение в состав официальных делегаций на международных и региональных конференциях [1].

### **Представленность женщин на дипломатической службе в мире: обзор ситуации в мире.**

Однако, из анализа докладов государств-участников видно, что женщины в значительной мере недопредставлены в дипломатических и иностранных службах большинства правительств, в особенности на самом высоком уровне. При чем, если в сфере представленности женщин в парламенте, разрыв во многих странах преодолен, то в сфере дипломатической службы разрыв все еще характерен для многих стран, в том числе и для развитых стран. Женщин, как правило, направляют в посольства, имеющие менее важное значение для внешних сношений страны, и в некоторых случаях женщины подвергаются дискриминации с точки зрения их назначений в связи с ограничениями, касающимися их семейного статуса. Женщины часто лишены возможности работать на международном уровне из-за устоявшегося мнения в отношении их домашних обязанностей, в том числе в отношении того, что уход за иждивенцами в семье помешает им принять назначение такого рода [1].

С начала 1990-х в мире произошел явный прорыв в феминизации внешнеполитических ведомств. Самыми успешными в этом вопросе стали скандинавские страны – Норвегия, Швеция и Финляндия. В частности, у Норвегии больше всего женщин-послов в Европе – 30%, тогда как в 1995 году их доля составляла 8,5%.

Для сравнения: в 2014 г. Швеция имела в составе МИД 40 % женщин на посольских должностях, США – 30 %, Израиль – 18 %, Бразилия – 16 %, Турция – 13 % [4]. Доля женщин-дипломатов в Филиппинах – 40%, в Финляндии – 44%/ в Дании – 22% [5]. В Грузии из 99 грузинских дипломатов высшего ранга в 2010–2015 годах 13 были женщинами. Более того, за период после 2004 года в Грузии четыре министра иностранных дел были женщинами [6].

При этом, меньше всего доля женщин среди дипломатов в странах Азии, в большинстве азиатских стран они не представлены в должности чрезвычайных и полномочных послов [5]. В странах Персидского залива очень незначительное количество женщин возглавляют дипломатические представительства, но если сравнить эти данные с показателями десятилетней давности, когда женщины вообще не назначались на должности послов, то стоит отметить прогресс. Первым нарушил традиционные правила Кувейт, который в 1993 году назначил женщину

на должность посла. Далее к нему присоединился Бахрейн, у которого в 2012 году насчитывалось четыре посла-женщины [7]. В ближневосточных странах самое низкое представительство женщин на государственных дипломатических должностях, но Египет и Тунис нарушают такую тенденцию, время от времени назначая женщин на должности послов [7].

### **Причины низкой представленности женщин на дипломатической службе.**

При создании условий для реализации женщинами своего права представлять государство на международном уровне и участвовать в работе международных организаций, следует учитывать, что к демотивационным факторам относятся ненормированный рабочий день, перемена привычного образа жизни, разлука с семьей и близкими, заграничные командировки. В тех случаях, когда женщина-дипломат, состоящая в браке с коллегой по МИД, выезжает с мужем в заграничную командировку, она обычно либо не работает, либо занимает вакансию административно-технического персонала. Если же в длительную командировку едет женщина-дипломат, то муж должен сопровождать ее в качестве члена семьи и трудоустроиться по тому же принципу. Немногие мужчины соглашаются на такое положение [3].

Принято утверждать, что незначительное количество женщин на высоких дипломатических постах обусловлено объективными причинами: дипломатическая служба в некоторых странах опасна, не везде и не всегда женщину-дипломата воспринимают как полноправную коллегу и др. Однако, современная международная практика свидетельствует об обратном: посольства Италии, США, некоторых Скандинавских стран на Ближнем Востоке в свое время возглавляли именно женщины, при этом гендерный фактор не мешал выстраиванию взаимовыгодных отношений [3]. В подтверждение, можно отметить, что исследования Международного института мира показывают, что участие женщин-дипломатов в выработке мирных соглашений содействует поддержанию мирных процессов как минимум на два года; что касается долгосрочных соглашений, вероятность их существования на протяжении 15 лет возрастает на 35 % [3].

### **Рекомендации по повышению представленности женщин на дипломатической службе в Узбекистане.**

Данный вопрос имеет особую важность для Узбекистана. По состоянию на август 2019 г. на руководящих должностях центрального аппарата МИД работают 7 дипломатов женского пола. При этом, общее количество женщин, работающих на различных дипломатических должностях, составляет 14 человек [2]. Вместе с тем, женщины не представлены в качестве глав посольств или представительств Узбекистана при международных организациях.

Повышение представленности женщин на дипломатической службе может оказать положительное влияние на политический имидж страны, что определено в качестве одной из приоритетных задач в Стратегии действий на 2017-2021 гг. Статья 16 «Обеспечение равных прав и возможностей для женщин и мужчин в сфере государственной службы» Закона Республики Узбекистан «О гарантиях равных прав и равных возможностей для женщин и мужчин» гласит, что «Государство принимает соответствующие меры по обеспечению женщинам возможности на равных условиях с мужчинами и без какой-либо дискриминации представлять государство на международном уровне и участвовать в работе международных организаций». Однако, данная норма не конкретизирует какие именно меры будут приняты. Кроме того, положение касательно права женщин представлять государство на международном уровне и участвовать в работе международных организаций дано в статье касательно прав женщин в сфере государственной службы. Считаем, что целесообразно данное право женщин выделить в отдельную статью и конкретизировать ее содержание, указав какие именно меры будут приняты для обеспечения данного права.

Кроме того, на сайте [gender.stat.uz](http://gender.stat.uz) [8] представлены данные о представленности женщин в парламенте и других органах власти и управления, однако отсутствуют данные о представленности женщин на дипломатической службе. Следует обеспечить сбор данных касательно представленности женщин на дипломатической службе.

Одной из наиболее часто применяемых являются квоты. Например, в МИД Австрии установлена квота 60/40. И если доля женщин (или мужчин) будет падать ниже 40%, то во время конкурсов – если претенденты имеют одинаковую квалификацию – предпочтение будут отдавать представителю или представительнице менее представленного пола [9]. Система квот действует также в северных европейских странах. Благодаря этому, например, в Финляндии

были периоды, когда более 70% кандидаток, которые подавались на работу в дипломатической службе, становились победителями кадровых конкурсов [9].

Следует рассмотреть вопрос о применении квот для повышения представленности женщин на дипломатической службе в Узбекистане. Помимо квот, важно принимать меры в сфере обучения. В частности, на базе УМЭД регулярно проводить курсы повышения квалификации для женщин с целью их подготовки к дипломатической службе.

Принятие вышеуказанных мер будет способствовать выполнению международных обязательств Узбекистана в сфере обеспечения права женщин представлять свое государство на всех уровнях и во всех областях международных отношений.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Общая рекомендация № 23 Комитета ООН по ликвидации дискриминации в отношении женщин (1997 г.).
2. Шестой периодический доклад Узбекистана в КЛДЖ, 2019. Доступен на [https://tbinternet.ohchr.org/\\_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CEDAW%2fC%2fUZB%2f6&Lang=ru](https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CEDAW%2fC%2fUZB%2f6&Lang=ru)
3. Воевода Е. В. и др. Женщины-дипломаты в России: к вопросу о гендерном дисбалансе. // Женщина в российском обществе 2018. № 4. С. 24—35
4. Зонова Т.В. Гендерный фактор в политике и дипломатии / Т.В. Зонова // Международные процессы. – 2010. – № 2 С. 94-100.
5. Ann Towns and Birgitta Niklasson. Gender, International Status, and Ambassador Appointments// Foreign Policy Analysis (2017) 13, pp. 521-540.
6. Мосаки Н. Особенности дипломатической элиты Грузии. Международные процессы, Том 14, № 2. 141-162.
7. Тишко И. Выбирай: ты посол или женщина? МИД начинает борьбу с гендерными стереотипами. 2016. URL: [Эл.ресурс] <https://www.eurointegration.com.ua/rus/articles/2016/09/27/7055004/>
8. [Эл.ресурс] Gender.stat.uz – портал по статическим данным касательно положения женщин в Узбекистане
9. Тишко И. Гендер иностранных дел: что дает и в чем мешает женщинам новый закон о дипломатической службе. 2018. URL: [Эл.ресурс] <https://www.eurointegration.com.ua/rus/articles/2018/08/1/7085046/>

## KAZAKH-GCC RELATIONS: TRADE-ECONOMIC PARTNERSHIP

*MA in Regional Studies Axamal Issaliyeva*

*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

**Abstract.** *After getting of independence, the Republic of Kazakhstan aimed to establish equal relations, adhering to a multi-vector policy. This article explores economic partnership between the Republic of Kazakhstan and Gulf Cooperation Council member-states (Saudi Arabia, UAE, Bahrain, Kuwait, Oman and Qatar) from 1994 to 2017 in terms of Trading relationships, Investment cooperation and Charitable Activities. Paper will also highlight the dynamics of economic and cultural Kazakh-GCC ties. The main focus of our research directed to the analysis of bilateral relations with using methods of content-analysis, event-analysis, discourse-analysis and interview. Common points and opposites in the views of Kazakhstan and Arab experts have been revealed. On the basis of which conclusions and recommendations on further improvement of cooperation are provided.*

**Keywords:** *Kazakhstan, GCC, trade-economic partnership, investments, Charitable Activities.*

**Introduction.** Today Kazakhstan as a key state of the Central Asian region acquires not only economic but also the geopolitical significance for the world economy. Therefore, many states seek to strengthen their positions in the region and in the country. Their interest is due to the fact that Kazakhstan being at the crossroads of Europe and Asia has a transit potential, which makes it possible to expand international trade. Also, the availability of reserves of natural resources gives Kazakhstan a strategic importance of the world level. Being an object of growing interest of many global and regional players, Kazakhstan for its part seeks to take its place in the new geopolitical configuration that evolves in Eurasia. Thus, Kazakhstan is trying to determine the guidelines for its inclusion in the changing system of international relations. And above all, this desire of Kazakhstan is connected with the search for profitable foreign partners for obtaining foreign financial and technological investments in order to solve their internal economic problems. Such interaction is designed not only to strengthen external positions, but also to ensure diversification of ways and forms of further political and economic integration into the world community and increase the competitiveness of the manufacturing industry.

In the opinion of the Russian scientist A. Khazanov, the feature of the "big game" around Central Asia is not so much in the dispatch of the armed forces as in investments. "There is a war between investors for access to natural resources, for choosing a route for oil and gas pipelines, for sales markets, for external policy and external economic orientations of the Central Asian states" [1].

Since 1991, Kazakhstan has conducted foreign relations with new policy objectives and means different from those of the USSR. Facing foreign and domestic challenges, the Kazakh leaders agreed with the principle of multi-vector foreign policy that presented the new republic as a friendly state toward the world. As it was described by Kazakhstan's first President, Nursultan Nazarbayev: "Our balanced foreign policy means we are developing friendly and predictable relations with all states and playing a significant role in the global agenda that represents the interests of all Kazakhstan Astana has no imperialistic agenda in establishing mutually beneficial ties with other countries regardless of their nature, history, and system"[2].

In this regard, Kazakhstan established diplomatic ties with the Gulf Cooperation Council (GCC) which members are: Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi Arabia, and UAE. Despite their small size, the GCC states have significant powerful political footprint due to their economic energy and financial resources, beyond their important geopolitical position.

At the 25 anniversary of their ties, it is fair to analyze the nature, scope, and functions of their relations in terms of the success and challenges of their Diplomatic, Economic, and Cultural spheres. Thus study begin with a review of their political/diplomatic ties. Then, we explore their economic partnership from 1994 to 2017 in terms of:

1. Trading relationships;
2. Investment cooperation;
3. Charitable Activities

Finally, we examine their common cultural cooperation. Thus, this study will present clear trends for the evaluating their ties from the start to now. Last but not least, we will also estimate the future trends in their relationship.

**The nature of trade and economic cooperation.** In the new Millennium, the influence of the Gulf States – Bahrain, the United Arab Emirates, Qatar, Kuwait, Saudi Arabia, and Oman – in the system of international relations is growing.

Therefore, the First President of the Republic of Kazakhstan N. A. Nazarbayev in his Message to the people of 2005 "Kazakhstan on the path of accelerated economic, social and political modernization" noted that Kazakhstan should attach great importance to cooperation with the main countries of Asia and the Middle East" [3]. Of course, it is obvious that this process arose as a result of the situation in international politics. However, it should be noted that for Kazakhstan, this trend will contribute to the improvement of financial, economic and investment opportunities.

The evolution of trade and economic relations between Kazakhstan and the GCC states can be divided into two stages:

- first, since 1992, we started to establish the first official contacts, which were mostly inert and not indifferent in nature. Statistical data on this are given below in Table 1.

Table 1. KAZAKHSTANI EXPORT VOLUME to GCC states Before 9/11 US Dollars, Millions  
Source: Imf's Direction of Trade Statistics

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Bahrain</b>	0	0	0,01	0	0	0	0	0
<b>Kuwait</b>	0	0	0,06	0	0,02	0	0,03	0,17
<b>Oman</b>	26,5	0	0	0,3	0	0	0,7	0,57
<b>Qatar</b>	0	0	0,29	0	0,02	0	0,04	0,73
<b>Saudi Arabia</b>	0,2	0,7	13,9	19,8	7,2	3,4	2,53	2,88
<b>UAE</b>	0,1	0,3	5,2	5,6	10,4	4,8	11,01	330,34
<b>Kazakhstani Subtotal</b>	26,8	1	19,46	25,7	17,64	8,2	14,31	334,69
<b>World Subtotal</b>	3 231,50	5 256,60	5 926,27	6 497,40	5 510,75	5 598,00	9 878,75	9 082,81

In accordance with IMF's Direction of Trade Statistics (Table 1) we can see that Kazakhstani Export Volume to GCC states in 1994-2001 was not so high. Among all GCC states only United Arab Emirates (UAE) shows some activity in trade cooperation with the Kazakhstan. Here it is shown that in 2001 the biggest total share of Kazakhstan's exports to these countries was 3,68% (334,69 mln.USD). And 3,64% (330,34 mln.USD) of them belongs to the UAE, 0,03% (2,88 mln.USD) to Saudi Arabia and 0,02% (1,47 mln.USD) to others.

Table 2. KAZAKHSTANI IMPORT VOLUME FROM GCC states Before 9/11 US Dollars, Millions  
Source: Imf's Direction of Trade Statistics

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Bahrain</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Kuwait</b>	0	0	0	0	0	0	0	0,01
<b>Oman</b>	0	0	0	0,1	0,11	0	2,58	1,26
<b>Qatar</b>	0	0	0,25	0	0	0	0,12	0
<b>Saudi Arabia</b>	0,1	0,2	0,2	0,6	2,8	0,2	0,09	2,36
<b>UAE</b>	4,4	5,2	15,8	50,7	14,9	13,9	22,05	33,67
<b>Kazakhstani Subtotal</b>	4,5	5,4	16,25	51,4	17,81	14,1	24,84	37,3

In accordance with IMF's Direction of Trade Statistics (Table 2) we can see that Kazakhstani Import Volume from GCC states in 1994-2001 also was not so high. Among all GCC states only United Arab Emirates (UAE) and Saudi Arabia shows some activity in trade cooperation with the Kazakhstan. Here it is shown that in 2001 was the biggest total share of Kazakhstan's imports from these countries is 0,57% (37,3 mln.USD). Where 0,52% (33,67 mln.USD) belongs to the UAE, 0,04% (2,36 mln.USD) - to the Saudi Arabia and 0,01% (1,27 mln.USD) to others.

Table 3. KAZAKHSTANI EXPORT VOLUME TO GCC states after 9/11 US Dollars, Millions  
Source: Imf's Direction of Trade Statistics

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Bahrain</b>	0,00	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04	0,00	0,00	0,06	0,00	0,00	0,17
<b>Kuwait</b>	0,05	0,0	0,25	0,01	0,10	0,06	0,00	0,06	0,03	0,22	0,54	0,39	0,25	0,26	0,12	1,41
<b>Oman</b>	0,00	0,0	0,01	0,30	1,16	1,91	17,04	0,06	0,10	2,36	0,25	0,46	0,63	0,35	0,29	0,89
<b>Qatar</b>	0,02	0,02	0,00	1,27	0,27	0,19	0,03	0,03	0,31	0,74	0,84	0,19	0,07	0,02	1,00	0,13
<b>Saudi Arabia</b>	13,9	27,66	2,19	0,43	9,35	73,52	65,83	0,30	10,92	3,36	3,63	2,19	1,59	5,44	39,24	15,84
<b>UAE</b>	47228	215,06	31,78	20,18	80,00	56,13	90,49	20,17	13,76	34,02	122,3	31,70	83,78	42,47	305,19	558,76
<b>Kazakhstani Subtotal</b>	486,1	242,7	34,2	22,2	90,9	132	173,3	20,6	25,1	40,7	127,6	34,9	86,4	48,5	345,84	577,2
<b>World</b>	9659	12 296	20 088	27 856	38 258	47 760	71 200	43 205	56 967	88 136	92 286	82 367	79 434	45 952	36 737	48 349

As it is shown in Table 3 though the trade turnover between the parties has increased in monetary terms after 9/11, but comparing Kazakhstan's trade indicators with the rest of the world, the ratings of the GCC countries today are less than 2%. So, amount of total exports in 2017 is 1,19% (577,2 mln. USD). Among them, the share of the UAE is 1,16% (558,76 mln. USD), Saudi Arabia's – 0,03% (15,84 mln.USD) and others' – less than 1% (2,6 mln. USD).

Table 4. KAZAKHSTANI IMPORT VOLUME FROM GCC states After 9/11 US Dollars, Millions  
Source: Imf's Direction of Trade Statistics

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Bahrain</b>	0	0	0,28	0,29	0,9	0,16	0,34	1,09	0,03	1,89	1,37	1,45	1,51	0,79	0,89	2,1
<b>Kuwait</b>	0	0	0	0,01	0	0,06	0,09	0,18	0,16	0	0	0,02	0,11	0,02	0,03	0,03
<b>Oman</b>	1,7	2,39	1,81	3,61	8,11	12,99	15,45	16,83	22,46	13,48	17,08	4,02	0,21	0,03	0,1	0,11
<b>Qatar</b>	0	0,04	0,01	0	0,61	0,73	0,31	0,26	0,41	0,49	0,84	0,69	0,3	0,44	0,1	0,01
<b>Saudi Arabia</b>	1,74	0,8	0,44	1,52	1,65	2,31	2,66	2,77	3,61	9,64	17,45	26,86	11,83	10,92	5,04	7,39
<b>UAE</b>	39,5	25,24	20,23	30,1	72,99	247,87	204,58	142,21	110,7	76,69	64,66	56,35	69,51	67,08	68,98	84,3
<b>Kazakhstani Subtotal</b>	42,9	29	23	36	85	264	224	164	138	103	102	90	84	80	76	94
<b>World Subtotal</b>	595	8400	12 805	17 385	23 709	32 805	37 925	28 392	23 661	38 073	44 538	49 074	41 467	30 601	25 377	29 140

Exploring Kazakhstani import volume from GCC states after 9/11 we have found out that turnover between the parties has decreased in monetary terms and in comparing Kazakhstan's trade indicators with the rest of the world, the ratings of the GCC countries became less than 1%. So, in 2017 amount of Kazakhstani total imports to GCC states was 0,33% (93,94 mln.USD). Among them, the share of the UAE is 0,29% (558,76 mln.USD), Saudi Arabia's – 0,03% (7,39 mln.USD) and others' – less than 0,01% (2,25 mln.USD).

Thus, we could find out that, both before and after the events of 9/11, there was no particular dynamics in the trade turnover between Kazakhstan and the GCC states. Basically, a large share of

exports and imports accounted for the UAE. Although, given the much higher economic potential of the very same Saudi Arabia, for some reason, there is no proper interest in this field.

In 2016, exports of chemical products amounted to 526.6 thousand USD. Compared to 2015, it increased by 40.4%. Its cost was 271.2 thousand USD. Tires and caps and vulcanized rubber products were evaluated and exported. [4]

The types of raw materials exported to the UAE of Kazakhstan include animal and vegetable products (lentils, live sheep). Their cost in 2016 was estimated at 111 thousand USD. Compared to 2015, it increased by 45%. However, tobacco – 67.5 thousand USD, Wheat flour-36 thousand USD exported [4].

The remaining share of imports belongs to the inventory of building structures. In 2016, their imports amounted to 1.1 mln.USD. In comparison with 2015, it increased by 2.9 times. Also, starting in 2016, the project cost amounted to 4.1 mln.USD gold was imported. Imports of raw materials -1.3 mln USD [5].

From 2012 to 2016, exports from Kazakhstan to the UAE became unstable growth dynamics. In 2013, exports decreased 3.1 times compared to 2012 – from 100.8 to 32.5 mln.USD. In 2014, exports increased by 2.6 times and amounted to 83.8 mln.USD. In 2015, the volume of exports again decreased by 2 times. However, in 2016, exports increased 7.2 - fold to 305.2 mln.USD. [6]

Kazakhstan's commodity exports to Saudi Arabia in 2014 amounted to 0.8 million US dollars. USD, sent barley. In 2015, raw materials were not exported. [6]

Imports of machine-building products in 2015 amounted to 253.9 thousand USD, compared with 2014, increased by 3 times. In 2015, imports were dominated by floating structures – 220.8 thousand USD. Imports of metals and their products in 2015 amounted to 127.3 thousand USD. Mainly imported products made of ferrous metals - 62.9 thousand USD.

As an import of raw materials worth 4.5 thousand USD hurma was imported. [7]

The main goods exported by Kazakhstan to Oman are meat, grain, steel and pipe products. Last November, the first batch of sheep was exported from the Aulie-ATA international airport in Taraz 1000 sheeps were sent to the Sultanate. [8]

Devices and devices for physical or chemical analysis – 4.5 thousand USD. Equipment for measuring and monitoring electrical quantities and radiation – 3.8 thousand USD, seamless pipes and profiles made of ferrous metals - 3,6 thousand USD, machine parts – 2.2 thousand USD, geodetic and topographic instruments – 2 thousand USD. [8]

Main goods imported from Qatar to Kazakhstan: ferrous metal products – 1.8 thousand USD, other manual – 0.8 thousand USD, furniture-0.6 thousand USD, carpets and other floor coverings-0.5 thousand USD (Archive of the President of the Republic of Kazakhstan).

The importance of agriculture is particularly emphasized. The priority sectors for economic cooperation between Kazakhstan and Bahrain include metal processing, production of finished metal products, mechanical engineering, oil refining and petrochemistry, production of construction materials, as well as the implementation of joint projects on tourism and exploration (Archive of the President of the Republic of Kazakhstan).

Theoretically, goods can be delivered from Kazakhstan to GCC countries by rail or by road. However, we have actually identified the following factors that hold back this idea:

1. Any type of transport, its trip transits through Iran. Due to the complex political relationship between Iran and the GCC, goods, especially those going to Saudi Arabia, may be held at the Iranian border;
2. Let's assume that the cargo is hypothetically transported in transit through Iran, in the future the cargo should be transported through the territory of Iraq. Today, the political situation in this country is very unstable due to military actions aimed at eliminating terrorist organizations. Military operations are often carried out. In this regard, in one of the next bombings, the cargo may explode or be captured by terrorists. Delivery of cargo by air is very expensive, but it is possible if there are flights and equipment in the right direction.

In this regard, our proposal – is to bypass the Islamic Republic of Iran and deliver goods to the GCC countries. Cargo delivery must be carried out by ports of the Black sea and the Mediterranean Sea. Novorossiysk sea port is adjacent to the Republic of Kazakhstan. An additional advantage of this method of delivery is that there is no risk of cargo downtime in the transit state and transportation by water is much cheaper than land transport.

**Investment cooperation.** In the field of investment cooperation, a strategic legal framework between the Arabian monarchies and the Republic of Kazakhstan is established. Accordingly, the capital of the Arab monarchies is actively invested in many sectors of the economy of the Republic of Kazakhstan today.

From October 30 to November 1, 2016 the trade mission of Kaznex Invest in Dubai was organized. Its main purpose is to accelerate the export of domestic products to the UAE market. In addition, on November 1, 2016, the Kazakh-UAE Business Forum was held in conjunction with the Dubai Chamber of Commerce [11].

In addition, the Kuwait Fund for Arab Economic Development has invested more than 15 million US dollars in the development of engineering infrastructure on the left bank of the Yesil River in Astana [11].

UAE business is keen to invest in joint projects with Kazakhstani partners. Confirmation of this intention is the construction of energy facilities in Kazakhstan (Kerbulak hydroelectric station, Aktau nuclear power plant, Dzungarian Gate and Shelek hydroelectric power station) between the Ministry of Energy and Natural Resources of the Republic of Kazakhstan in the field of energy and the Persian Gulf Syndicate consortium within the UAE. Signed Memorandum of Understanding [12].

According to the general director of the fund, the annual interest rate on the loan will be reduced to 2.5%, with a payback period of about 15-20 years. The total amount of the Fund's financing for projects in Kazakhstan in the first months amounted to 50-60 mln. USD, whereby it was approved that the share of each fund in each project should not exceed 50% [13].

Saudi Arabia Development Fund has fully funded the Astana-Karaganda Motor Road Project. For this purpose, the amount of a concessional loan that does not require repayment over a 10-year period is 12 mln. USD [13].

Saudi Arabia's company is actively contributing to the construction of an oil and gas condensate plant in Aksai in Western Kazakhstan, as well as the successful work in the financial sector of Kazakhstan with a joint venture between Bahrain and Saudi Arabia and the "Tibiban Bank" and "Lariba Bank". are doing [4]. Only Saudi Arabia has provided grants totaling 40 mln. USD.

This will exceed the free financial assistance provided to all foreign countries by our country during the first ten years of Kazakhstan's independence [4].

There were three meetings of the Kazakh-Saudi Intergovernmental Commission on Trade and Economic Cooperation - in 1999 and 2009 in Astana, in 2004 in Riyadh [5].

Between 1998 and 2002, the total number of grants provided by the United Arab Emirates, Bahrain, Qatar, Kuwait and Oman to Kazakhstan (including free and concessional grants) totaled about 100 mln. USD [11].

Table 5. Gross inflow of direct investment in Kazakhstan from GCC states (1994-2001) <https://nationalbank.kz/?docid=469&switch=english> (mln.USD)

Country	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Bahrain</b>	0	0	0	1,5	0,1	0	3,5	0
<b>Kuwait</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Oman</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Qatar</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Saudi Arabia</b>	0,3	0,4	0,5	0,2	1,7	0,3	0,8	1,6
<b>UAE</b>	0	0	0	0,3	0,2	0	2,5	0,4
<b>Kazakhstani subtotal</b>	0,3	0,4	0,5	2	2	0,3	6,8	2
<b>TOTAL</b>	<b>660</b>	<b>984</b>	<b>1 674</b>	<b>2 107</b>	<b>1 233</b>	<b>1 852</b>	<b>2 781</b>	<b>4 557</b>

From Table 5 we can see that the volume of investments from the GCC countries in Kazakhstan for 1994-2001 amounted to 21,75 mln. USD. That is less than 1% of the total volume of direct investments in Kazakhstan for the same period.

According to the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Kazakhstan, during a visit of the First President to Saudi Arabia in October 10 agreements worth 200 mln. USD were signed [11]. Saudi Arabia investment to Kazakhstan was 85 mln. USD in 2005-2015. To the present six large business forums have been held with the participation of Kazakhstani and Saudi businessmen.

Table 6. Gross inflow of direct investment in Kazakhstan from GCC states (2002-2017)  
<https://nationalbank.kz/?docid=469&switch=english> (mln.USD)

Country	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bahrain	0	0	0	0	0,2	0,4	8,8	-2,1	8,1	-0,6	-1,4	-0,4	0	0	0,2	0,7
Kuwait	0	0	0	0	0	0,4	5,5	9,9	0,6	0,9	2	6,3	31,2	2,1	-8,1	-0,2
Oman	0	0	0,8	4,2	6,2	12,2	21,9	21,7	15,8	20,7	43,6	67,3	39,6	0,2	0	0
Qatar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	19,4	-2,7
Saudi Arabia	0,1	0,2	0	1,2	0,2	0,8	0,2	0	0	0	36,2	9,8	37,6	8,3	-1,7	7,9
UAE	1,2	0,9	15,3	26,8	18,6	9,4	381	374,9	99,7	66,1	285,9	532,3	198,7	-117,2	74,8	144,6
Kazakhstani subtotal	1,3	1,1	16,1	32,2	25,2	23,2	417,4	404,4	124,2	87,1	366,3	615,3	307,1	-76,6	84,6	150,3
<b>TOTAL</b>	<b>4 106</b>	<b>4 624</b>	<b>8 317</b>	<b>7 916</b>	<b>12 066</b>	<b>19 418</b>	<b>21 301</b>	<b>21 437</b>	<b>22 246</b>	<b>26 467</b>	<b>28 885</b>	<b>24 098</b>	<b>23 726</b>	<b>15 170</b>	<b>21 046</b>	<b>20 899</b>

The moment of intensification of the Kazakh-Arab economic cooperation is closely connected with the visits of the leaders of the Arab countries to Kazakhstan:

1. Visit of the Prince of Saudi Arabia, Al Waleed bin Talal Al Saud, in March 2008;
2. UAE President Khalifa bin Zayed Al Nahyan's visit in 2008.

Al Walid bin Talal Al Saud, Chairman of the Kingdom Holding Company Board of Directors, said that Saudi Arabia intends to increase the volume of investments in Kazakhstan and increase investment attractiveness from other Arab world countries. The prince was interested in the very profitable hotel business in the country. He said: "We are going to strengthen cooperation and focus on Four Seasons and Citibank companies to develop regions outside the Republic of Kazakhstan except Almaty and Astana." He also outlined a plan for establishing a joint holding company [7].

President of the Republic of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev paid an official visit to the United Arab Emirates (UAE) on January 19-21, 2004. Of particular interest to Kazakhstan was the unique experience of the Jebel Ali Free Economic Zone in Dubai which was established in 1985 [14].

In 1998, the Jebel Ali Free Economic Zone was the first in the world to receive the Lloyd Certificate of Quality, the world's highest quality certification. 1999-2001 During the period from 1999 to 2001, the total number of companies registered in the Jebel Ali Free Economic Zone reached 2158. They from 98 different countries. Another 13 free economic zones in the United Arab Emirates are successfully operating [14].

Another important point of the visit was to discuss "the possibility of significantly improving Kazakhstan's access to the Iranian Gulfs after they have become a reality and the possibility of linking them with each other" (Archive of the President of the Republic of Kazakhstan).

**Conclusions.** The partnership between Kazakhstan and the GCC states, which are moving to the third decade, cannot become a driving mechanism that promotes full-fledged economic development, although. In the course of the study, we've found out that from an economic point of view, the parties' foreign trade interests are aimed at exporting oil, gas, and hydrocarbon resources, i.e. raw materials, and the prospects for cooperation in this area are insignificant. Even in some Western studies, these countries are considered as competitors. Therefore, trade relations are conducted in other sectors, except for energy. But their total share shows the result only in the amount of 1% of the world foreign trade turnover of Kazakhstan.

In addition, in terms of logistics, it is difficult to supply Kazakh products to the GCC market due to several complex problems.

In turn, Islamic organizations and foundations in our country, on the one hand, perform an educational function in updating the Muslim faiths of our people, on the other hand, activities in this direction lead to a number of contradictions. One of them is the problem of radicalization of Islam. These are threats that will become one of the most pressing issues in 2011, 2015, and 2016, when terrorist acts caused tragic events in our country. Among 21 terrorist officially known organizations banned on the territory of the Republic of Kazakhstan 15 are Islamist radical organizations. On the basis of these facts, as well as against the background of religious literacy in our society, the globalization of socio-economic problems, the process of Islamization can exacerbate the threat of conflict.

The low intensity of economic cooperation between the parties and the smallness of people's diplomacy activities hinder the development of multi-sectoral relations between non-state actors. Therefore, the implementation of interests based on multi-vector characters set out in the Concept of foreign policy of the Republic of Kazakhstan in relation to the countries of the Middle East region will reduce the above factors.

If we will consider the relations between Kazakhstan and the GCC countries in a broader sense, we can conclude that their foreign policy views on the Asian continent are mutually harmonious. Kazakhstan, despite the fact that the multi-sectoral mutually beneficial cooperation between the GCC countries has not had great success, has allowed us to establish strong personal relations at the level of heads of state. As a result, the authority of the Republic of Kazakhstan in the system of international relations in the Islamic world was noted and supported by our regional and global initiatives of the country. As proof, they expressed support for the Organization of Islamic cooperation and our intention to preside over the UN Security Council.

It is well known that the course of international relations both in Asia and around the world in the 21st century is based on active and mutually beneficial subregional integration. Therefore, summing up the results of our research, we suggest using such favorable factors as geographical proximity, economic compatibility and well-known Islamic values to create the necessary conditions for expanding and activating political and economic cooperation between the Republic of Kazakhstan and the GCC states.

### REFERENCES

- 1 KHAZANOV, A. 2004. Central Asia among planetary and regional players. Central Asia in the system of International Relations. M.: IVRAN. p.24. Russia.
- 2 [http://www.akorda.kz/en/page/page\\_address-by-the-president-of-the-republic-of-kazakhstan-leader-of-the-nation-n-nazarbayev-%E2%80%9Cstrategy-kazakhstan-2050%E2%80%9D-new-political-course-of-the-established-state%E2%80%9D\\_1356091973](http://www.akorda.kz/en/page/page_address-by-the-president-of-the-republic-of-kazakhstan-leader-of-the-nation-n-nazarbayev-%E2%80%9Cstrategy-kazakhstan-2050%E2%80%9D-new-political-course-of-the-established-state%E2%80%9D_1356091973)
- 3 [http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses\\_of\\_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nazarbaeva-narodu-kazahstana-fevral-2005-g](http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nazarbaeva-narodu-kazahstana-fevral-2005-g)
- 4 <http://www.export.gov.kz/services/39>
- 5 <https://24.kz/ru/news/economy/item/193747-tovarooborot-mezhdu-rk-i-omanom-snizilsya-iz-za-padeniya-tsen-na-neft>
- 6 <http://trade.gov.kz/publikatsii-centra/dannye/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F%20%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%85%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B0%20%D0%B7%D0%B0%202017%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4.pdf>
- 7 <https://tengrinews.kz/markets/kazakhstan-bahreyn-dogovorilis-sotrudnichestve-sfere-253578/>
- 8 <http://mfa.gov.kz/kz/content-view/sotrudnichestvo-respubliki-kazakhstan-s-ob-edinennymi-arabskimi-emiratami>
- 9 Archive of the President of the Republic of Kazakhstan. 5-H. List 1. Case 9227. P.123
- 10 Archive of the President of the Republic of Kazakhstan. 5-H. List 1. Case 9227. P.154
- 11 <http://trade.gov.kz/publikatsii-centra/dannye/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F%20%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%85%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B0%20%D0%B7%D0%B0%202017%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4.pdf>
- 12 According to the Committee of State Revenues of the Ministry of Finance of the Republic of Kazakhstan
- 13 According to the Statistics Committee of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan
- 14 <http://mfa.gov.kz/en/content-view/sotrudnichestvo-respubliki-kazakhstan-s-ob-edinennymi-arabskimi-emiratami>
- 15 [www.mfa.kz](http://www.mfa.kz)
- 16 Archive of the President of the Republic of Kazakhstan List 1. Case 9227.P.123

## ЛИЧНОСТНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ КАК ЦЕЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

*Доктор Лора Миткова Раикова, Болгария, Шуменский университет*

*Доктор Христина Коларова-Васильева, Болгария, Шуменский университет*

*Доцент Живко Величков Жечев, Болгария, Шуменский университет*

**Abstract.** *The article discusses personal change in social work as an indispensable element of its goal, always realized at the same time as social change. The main goal of social work is to provide a quality standard of living for all members of society, to assist individuals, groups and communities in the process of their integration and social adaptation, as well as to solve their social and personal problems.*

**Keywords:** *Personal change, social work, social change, methods, personality, individual work, group work, community.*

Преобразования личности как цель социальной работы является значимой проблемой. Это глубокий процесс, связанный с изменением чувств, мыслей, установок и поведения личности. Профессия социального работника – необходимая профессия, способствующая разрешению возникших в обществе социальных проблем.

**Личностное преобразование в социальной работе можно рассматривать лишь в качестве неотменимого элемента ее цели, реализующейся всегда одновременно и наряду с социальным преобразованием.** Социальная работа как наука не располагает собственной теорией о личностном преобразовании. Для его практического достижения методологическую и методическую роль играют психологические и педагогические концепции [6, с.20].

Социальная работа связана с улучшением жизни каждого члена общества, причем оказываемая помощь терпит изменения в зависимости от географических, социально-экономических, народопсихологических и политических условий жизни, а также под влиянием индивидуального развития людей и их общностей. На разных этапах исторического развития социальная поддержка имеет свои формы проявления: она берет свое начало с помощи по спасению рода, переходит через оказание помощи ближнему, приобретает разнообразные формы благотворительности и поддержки, чтобы дойти, наконец, до институционализации и превращения деятельности по улучшению жизни людей в элемент функционирования государства.

**Главной целью социальной работы является обеспечение качественного стандарта жизни для всех членов общества путем реализации эффективных политик и стратегий, гарантирующих равновесие между индивидуальной жизнедеятельностью и условиями среды и защиты от житейского неблагополучия.** Она означает также оказание помощи индивидам, общностям и группам в процессе их интеграции и социальной адаптации, а также разрешение их социальных и личностных проблем [11].

С позиций системного подхода в специализированной литературе **категория „социальная работа“** рассматривается как система, основанная на реляции “социальный работник – клиент“. Она основывается на необходимости в предоставлении помощи. По своей сущности является человеческой, общественной, профессиональной и прежде всего социальной деятельностью и связана со стремлением к достижению определенного социального благополучия. Она включает в себя как практику, так и управление деятельностью [8, с.7].

Профессия „социальная работа“ акцентирует на заботе о благосостоянии отдельной личности, социальной справедливости и достоинстве индивида [8, с.8].

По мнению К. Платонова [7, с.67] личностью является „человек как носитель сознания, причем сознание, являясь высшей формой психического отражения, свойственной только человеку, интегрирует в себя все другие его формы: эмоции, ощущения, восприятия, память, мышление, чувства и волю“.

К. Платонов [7, с.138] указывает, что в **структуре личности** существует пять подструктур, расположенных в следующем иерархическом порядке от низших к высшим:

- биопсихические свойства – темперамент, пол, возраст, в которых преобладает биологическое начало;
- особенности психических процессов – воля, чувства, восприятия, мышление, ощущение, эмоция, память, в которых часто преобладает социальное начало;

- опыт (знания, умения) – привычки, умения, навыки, знания, в них значительно преобладает социальное начало;

- установки личности – убеждения, мировоззрение, идеалы, стремления, интересы, желания, в соотношении социального и биологического начал биологическое почти полностью отсутствует;

- способности – комплексная подструктура, поскольку в ней проявляются элементы всех других подструктур [7,с.138].

По мнению В. Илиевой [2,с.107-108] термин **личность** можно применить по отношению к любому человеку, поскольку он индивидуально отражает значимые черты конкретного общества, в котором живет. Основные характеристики любой личности это: самосознание, ценностные установки, социальные отношения, относительная самостоятельность и ответственность за свои поступки.

К основным элементам, составляющим социальные качества человека, относятся: социально определенная цель его деятельности, занимаемые социальные статусы и роли, ожидания по отношению к этим статусам, нормы и ценности, которыми он руководствуется в процессе своей социальной деятельности.

Важнейшими компонентами структуры личности являются: память, культура и деятельность. Результатом взаимодействий этих элементов являются убеждения в качестве стандартов, с помощью которых человек проявляет свои социальные качества в обществе. Эти стандарты называются стереотипами. Основой для формирования стереотипов могут быть потребности и интересы.

Понятие **личность** имеет смысл только в системе общественных отношений.

В. Иванова [3,с.101] пишет, что **общество** представляет собой большую группу людей, общность, населяющая одну и ту же географическую или социальную территорию. Общества характеризуются моделями социальных взаимоотношений между индивидами, разделяющими определенную общую культуру.

**В историческом плане и в современном обществе огромное влияние на практику социальной работы оказывает психоаналитическая школа, рассматривающая личностное преобразование как прозрение, как радикальное реструктурирование личности.**

Влияние психоанализа на процесс социальной работы можно проследить в нескольких направлениях.

Первое из направлений связано с влиянием психоанализа как теории о сущности, о развитии человека, о причинах и факторах, обуславливающих серьезные личностные проблемы.

Понимание существования подсознательного, динамики взаимодействия между „Оно“, „Я“, „Сверх-Я“, зависимости сознательного функционирования человека от характера этой динамики, значение различных периодов развития человека для его эмоционального состояния, важность его инстинктов, влечений и желаний лежат в основе понимания клиента со стороны социального работника, а также идентификации его настоящей проблемы, интерпретации причин существования этой проблемы.

Второе из направлений связано с влиянием психоанализа как процесса на межличностное взаимодействие. Для успешности интервенции особое значение имеет выведение личной установки помогающего. Сам Фрейд делится своим личным опытом утверждая, что психоаналитическая техника срабатывает лишь тогда, когда он сам лично желает помочь пациенту [6,с.21-22].

З. Фрейд [1,с.61] создает собственную модель личности и факторов, влияющих на ее поведение. Три основных компонента, формирующих структуру личности, это „Оно“, „Я“ и „Сверх-Я“.

„Оно“ – бессознательное начало, проистекающее из бионаследственных факторов, имеет полностью наследственный характер и испытывает влияние лишь со стороны генетической данности человека. Процессы, имеющие место в данном случае, бессознательны, иррациональны и удовлетворяют спонтанное влечение.

„Я“ – это разумная часть структуры личности, которая часто входит в противоречие со своей настоящей сущностью.

„Сверх-Я“ имеет нормативную характеристику, это нормативные ограничения морального, поведенческого и иного характера.

Личность развивается и существует благодаря этим трем компонентам, разрываема противоречиями и стремящаяся к гармонии [1,с.61-62].

**Бихейвиоризм, влияющий на социальную работу через посредство поведенческой психологии и педагогики, рассматривает личностное преобразование как социальное учение.** Усвоение форм социального поведения осуществляется путем подражания, сопереживания и идентификации во взаимодействии с социальным окружением, которое в различных ситуациях имеет подкрепляющее или санкционирующее отношение. Различные методы социального учения находят широкое применение как в работе с клиентами, так и в процессе профессиональной подготовки социальных работников.

**На социальную работу с целью личностного преобразования оказывают исключительно сильное и разностороннее влияние гуманистическая психология и педагогика.** Гуманистическая педагогика выводит в качестве своего основного принципа уважение к личности ребенка и рассматривает воспитание как организованный и целенаправленный процесс взаимодействия, целящий формирование автономного человека, уверенного в себе и принимающего самостоятельные решения.

Когда идет речь о влиянии гуманистической психологии на социальную работу, имеются ввиду прежде всего теория потребностей А. Маслоу и гуманистическая теория К. Роджерса. Теория А. Маслоу о потребностях является эффективной объяснительной моделью социальной работы и ключом к пониманию универсального у человека [6,с.23-24].

**А. Маслоу разрабатывает Теорию человеческой мотивации, в которой выделяет пять основных потребностей:**

- физиологические потребности – это потребности в пище, воде, воздухе;
- потребности в безопасности – включают различные состояния, связанные со стремлением избежать страдание, а также потребность в тепле;
- потребность в принадлежности – связана с принятием со стороны группы, коллектива;
- потребность в статусе (в признании) – она связана с занятием определенной позиции и стремлением утвердиться на этой позиции;
- потребность в самореализации – это момент, когда Я реализует себя, того, что является значимым для человека.

Все эти потребности строятся в восходящем порядке, причем физиологические потребности располагаются на самой низкой ступени. Выше них располагаются потребности в безопасности, еще выше – потребности в принадлежности и статусе. Самую высокую ступень занимает потребность в самореализации. По утверждению А. Маслоу, удовлетворение потребностей более высокого уровня происходит только после удовлетворения потребностей более низкого уровня [9,с.12].

Мотивы кроме того можно разделить на две группы: внутренние и внешние. Стремление к самоутверждению личности, стремление к творчеству раскрывают внутреннюю мотивацию. Лишь потребность в самореализации является внутренней потребностью. Она обеспечивает удовлетворенность и счастье. Остальные потребности являются внешними и являются результатом установления неадекватности [9,с.12-13].

Темперамент человека проявляется в эмоционально-волевой сфере, в отношениях личности с окружающим миром. Темперамент является совокупностью наследственных и приобретенных особенностей поведения, психическим проявлением типа высшей нервной деятельности. Выделяются следующие типы темперамента:

- холерический – сильный, неуравновешенный, отличающийся подчеркнутой двигательной активностью, несдержанный;
- сангвинический – сильный, уравновешенный, подвижный, выполняет лидерские функции, характеризуется распределенностью внимания, концентрацией;
- флегматичный – сильный, уравновешенный, медлительный, часто остается незамеченным, обладает высокой работоспособностью, дисциплинированный;
- меланхолический – слабый тип, застенчивый, стеснительный, неуверенный, боязливый, нуждается в поддержке.

В ходе социально-педагогической работы с различными категориями людей требуется индивидуальный подход и педагогический такт, учет темперамента и выведение его положительных черт [10,с.36].

**Миссия социальных работников** – помогать индивидам, группам и общностям, у которых имеются проблемы, добиться улучшения жизни, вмешиваясь как в направлении личностного преобразования, так и оказывая социальную поддержку [6,с.51].

**Социальная работа** – это профессия, связанная с оказанием помощи. Ее миссия – дать возможность людям развить полностью свой потенциал, обогатить свою жизнь. Она сосредоточена на разрешении проблем и на преобразовании. Социальный работник является носителем преобразования отдельного человека и семьи.

Социальная работа направлена на людей, у которых имеются проблемы с организацией своего существования, приспособления, общения. Эти проблемы многолики, ввиду чего социальная работа осуществляется в следующих основных направлениях:

- в зависимости от возраста клиента она ориентирована на детей, молодых людей, в том числе их семей, на взрослых, старых людей, в особенности одиноких;
- в зависимости от специфики проблем выделяется социальная работа с бедными, с лицами с девиантным поведением, с представителями различных этнических групп;
- в зависимости от естества оказанной помощи проводится превентивная социальная работа при возникшей проблеме.

Социальная работа многолика, полная противоречий, сильно организованная и направленная на усовершенствование социума .

### **Методы социальной работы.**

Методы – это способы достижения определенной цели. Социальная работа является практической деятельностью, в связи с чем руководствуется методами в рамках этой деятельности. Методы отвечают на вопрос как осуществляется данная деятельность.

Социальная работа – это деятельность, протекающая на различных уровнях. Это композиционно-структурный подход, обособляющий и дифференцирующий отдельные уровни, на которых протекают рабочие активности и рабочие связи. Выделяются следующие уровни:

- *Микроуровень* – на данном уровне деятельность по оказанию поддержки осуществляется в форме индивидуального взаимодействия с клиентом. Методы этого уровня: социальная работа по индивидуальному случаю и связанная со случаем, интервьюирование клиентов и индивидуальное консультирование.

- *Мезоуровень* – социальная работа протекает в рамках небольших групп клиентов, причем это могут быть естественные малые семейные группы. Помощь осуществляется посредством общения и взаимодействия в группе, которая состоит из различных клиентов, собранных вместе, чтобы справиться со сходными проблемами. Методы этого уровня: семейная социальная работа и социальная работа с группой.

- *Макроуровень* – деятельность по оказанию поддержки ориентирована на большие социальные группы, на общественные социальные группы уязвимых категорий клиентов. Методы этого уровня: социальная работа с общностью, социальные программы, социальные проекты, общественные информационные кампании.

### Классификация методов в зависимости от характера деятельности:

- Методы исследования
- Методы анализа
- Методы оценки
- Методы планирования
- Методы интервенции

Классификация методов в зависимости от фазы процесса социальной работы, в которой они реализуются:

- Методы, используемые на начальной фазе, или методы, ставящие начало рабочего процесса
- Методы рабочей фазы
- Методы, связанные с завершением работы

Классификация методов интервенции – указываются различные способы работы в зависимости от того, какое воздействие оказывается на клиента:

- Методы преобразования
- Методы коррекции
- Методы поддержки

Классификация методов в зависимости от сферы личности, на которую оказывается воздействие:

- Методы информирования, охватывающие когнитивные процессы (рассказ, разъяснение/объяснение, письменные средства)
- Методы, влияющие на поведение клиента: тренинг, игра, упражнение, поведенческая инструкция, пример, директивные техники (используются при работе с клиентами с поведенческими проблемами)
- Методы влияния на сознание личности: беседа, дискуссия, убеждение, пример
- Методы влияния на чувства: терапевтические методы и виды деятельности, техники эффективного слушания.

Классификация методов в зависимости от их направленности на определенную фазу процесса оказания помощи:

- Методы исследования
- Методы оценки
- Методы интервенции

Классификация методов в зависимости от их направленности им на различные виды клиентов:

- Социальная индивидуальная работа
- Социальная групповая работа
- Социальная работа с общностями

**Особенности методов исследования.** Методы исследования чрезвычайно необходимы в процессе социальной работы. Основными методами исследования в социальной работе являются: интервью, наблюдение, анализ ситуации, анализ среды, анализ институции, анализ клиента, анализ потребностей.

Методологической основой разработки и проведения анкетного исследования является научная работа Р. Гиглиона и Б. Маталона „Социологические анкеты“. По мнению авторов анкета – один из наиболее широко используемых социальными психологами и социологами инструментов. Говоря об анкете, имеется ввиду задавание вопросов с целью достичь обобщения относительно того, что интересует исследователя. Анкета имеет целью собрать совокупность индивидуальных пониманий, растолковать и обобщить их. Анкеты составлены из комбинаций типов вопросов, упорядоченных логически, без резких переходов [4,с.98].

**Особенности методов интервенции.** Методы данного типа можно группировать в зависимости от специфической цели, на достижение которой они направлены: методы личностного преобразования и методы социального преобразования.

**Методы личностного преобразования** различаются с точки зрения того, на какой тип перемен они ориентированы и в рамках какой психологической или педагогической парадигмы обосновываются. С одной стороны, их можно разделить на методы развития и воспитания; методы коррекции; методы восстановления потерянных возможностей (терапевтические методы). С другой стороны, они могут быть ориентированы на психоанализ, на науку о поведении, на когнитивную, на гуманистическую педагогику и психологию.

**К методам социального преобразования относятся:** информирование, посредничество, защита, директивное вмешательство и др. [6, с.62-63].

**Особенности метода социальной индивидуальной работы.** Данный метод используется при работе с отдельными индивидами и при работе с семьями. Элементами метода являются: наблюдение, формулирование проблематики, выработка и реализация плана действия, оценка результатов. Социальная индивидуальная работа имеет своей целью оказать помощь отдельному индивиду или семье преодолеть проблемы, удовлетворить свою потребность, функционировать социально [6, с.70].

**Особенности метода социальной групповой работы.** Социальная групповая работа является основным методом социальной работы наряду с индивидуальной социальной работой и социальной работой с общностями. В научной литературе ее можно встретить и под названием социальное групповое обслуживание.

По мнению канадского специалиста Симона Пара „Социальное групповое обслуживание – это метод, помогающий индивидам и группам достичь емкости своего

социального функционирования путем обмена опытом в группе. Их цель – дать членам групп возможность встать лицом к своим личным, групповым или общностным проблемам [6,с.132].

Стимулирование взаимопомощи в группе является очень важным феноменом эмоционального климата и атмосферы в группе. Оказание взаимопомощи между членами группы имеет огромное значение и для оказывающего помощь, и для получающего ее.

Г. Конопка указывает, что „нет ничего более терапевтического, более удовлетворяющего или продуктивного в процессе созревания чем опыт помочь кому-нибудь другому“ [6,с.197].

Социальная работа с группой полезна и применима для различных возрастных групп, групп с различной предисторией, эмоциональным, ментальным и психическим состоянием. Как метод она помогает отдельному индивиду справиться с проблемами путем переживания в группе, а также приобрести новые умения и компетенции или утвердить и доразвить уже существующие [5,с.79].

**Особенности метода социальной работы с общностями.** В 1955г. Организация объединенных наций опубликовала брошюру „Социальный прогресс путем развития общности“. Организация общности как метод работы с местной общностью дефинирован в то же время – в 1955г., как процесс оказания помощи жителям данного места самоорганизоваться во имя решения собственных проблем.

Цели социальной работы с общностью следующие:

- развитие автономии той или иной общности, так, чтобы она была в состоянии справляться более полноценно со своими собственными проблемами;

- мобилизация ресурсов общества в целом, социального окружения, для оказания поддержки в усилиях общности изменить свою жизнь к лучшему [6,с.211-213].

**Выводы.** Личностное преобразование в социальной работе можно рассматривать лишь в качестве неотменимого элемента ее цели, реализующегося всегда одновременно с социальным преобразованием. Главной целью социальной работы является обеспечение качественного стандарта жизни всех членов общества, оказание поддержки индивидам, группам и общностям в процессе их интеграции и социальной адаптации, а также разрешение их социальных и личностных проблем.

### REFERENCES

1. Belova, M., Teoretichni osnovi na vazpitanieto, S., 1995.
2. Ilieva, V., Obshtestvoto i funkcionirane na choveka v nego, Shumen, 2020.
3. Ivanova, V., Terminologichen rechnik po demografiya, Universitetsko Izdatelstvo, Shumen, 2019.
4. Mihailova, R., Institutsionalniyat zhivot i naglasi za promeni v nego prez pogleda na detsata, Sbornik „Sotsialni deinosti Teoretiko-prakticheski aspekti“, Universitetsko izdatelstvo“ Episkop Konstantin Preslavski“, Shumen, 2016.
5. Mihailova, R., Izmereniya na sotsialnata rabota s grupa v praktiko-prilozhnata sotsialna realnost, Sbornik „Sotsialni deinosti Teoretiko-prakticheski aspekti“, Universitetsko izdatelstvo“ Episkop Konstantin Preslavski“, Shumen, 2017.
6. Petrova-Dimitrova, N., Osnovi i metodi na sotsialnata rabota, S., 2001.
7. Platonov, K., Struktura i razvitie na lichnostta, M., 1986.
8. Sotirova, V., Osnovi na sotsialnata rabota, Univ. izdatelstvo „Neofit Rilski“, Blagoevgrad, 2011.
9. Stamatov, R., T. Delcheva, Lichnostta i neinoto ontogenetichno razvitie: Izsledvane, St. Zagora, 1993.
10. Vasileva, M., Pedagogicheska psihologiya, S., 1993.
11. journals.uni-vt.bg > getarticle Minev, T. Sotsialnata rabota kato deinost i obshtestvena praktika, 2011.

**Proceedings of the  
XXII International Scientific and  
Practical Conference  
Social and Economic Aspects of Education in  
Modern Society**

*(Vol.1, February 25, 2020, Warsaw, Poland)*

MULTIDISCIPLINARY SCIENTIFIC EDITION

Indexed by:



Passed for printing 20.02.2020. Appearance 25.02.2020.  
Typeface Times New Roman.  
Circulation 300 copies.  
RS Global S. z O.O., Warsaw, Poland, 2020