
РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА

ПРУСС Н.М. – ректор Университета управления «ТИСБИ», доктор педагогических наук, профессор, академик Международной Академии Управления, Действительный член Академии информатизации РТ, Заслуженный работник высшей школы РФ, заведующая Международной кафедрой ЮНЕСКО, Национальный координатор проекта «Ассоциированные школы ЮНЕСКО» в Российской Федерации. Награждена Орденом Дружбы, имеет звания «Женщина-лидер, общественный деятель-2012», «Ректор года-2010, – 2011, – 2012», обладает Большой золотой медалью Яна Амоса Каменского.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

ЕЛЬШИН Л.А. – д-р экон. наук, профессор кафедры экономики Университета управления «ТИСБИ».

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА

АРСЛАНОВА С.К. – канд. социол. наук, доцент Набережночелнинского филиала Университета управления «ТИСБИ» (г. Наб. Челны).

АЮПОВ А.А. – д-р экон. наук, профессор Университета управления «ТИСБИ» (г. Казань).

БЕССОНОВА Л.А. – д-р филос. наук, профессор Университета управления «ТИСБИ» (г. Казань).

БЛАГИХ И.А. – д-р экон. наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург).

БОБИЕНКО О.М. – канд. пед. наук, доцент, проректор по качеству Университета управления «ТИСБИ» (г. Казань).

БУДОВИЧ Ю.И. – д-р экон. наук, профессор Университета финансов при Правительстве Российской Федерации (г. Москва).

ВАГИЗОВА В.И. – д-р экон. наук, профессор, зам. директора по учебной работе школы МВА КФУ (г. Казань).

ВДОВИН В.Н. – канд. экон. наук, исполнительный директор Казанской сувенирной компании (г. Казань).

ВЕДИН Н.В. – д-р экон. наук, профессор КНИТУ-КАИ им. А.Н. Туполева (г. Казань).

ГРОМОВ И.А. – глава администрации Петроградского района Санкт-Петербурга (г. Санкт-Петербург).

ГРЯЗНОВ А.Н. – д-р социол. наук, профессор, проректор по научной работе Университета управления «ТИСБИ» (г. Казань).

ИКСАНОВА Э.И. – и.о. проректора по связям с общественностью Университета управления «ТИСБИ» (г. Казань).

ЗАРИПОВА Д.А. – д-р экон. наук, профессор Альметьевского государственного нефтяного института (г. Альметьевск).

КИРШИН И.А. – д-р экон. наук, профессор Высшей школы бизнеса КФУ (г. Казань).

КОРОБОВ Ю.И. – д-р экон. наук, профессор Саратовского социально-экономического университета (г. Саратов).

МЕЗЯЕВ А.Б. – д-р юрид. наук, профессор Университета управления «ТИСБИ» (г. Казань).

ХАМИДУЛЛИН Ф.Ф. – д-р экон. наук, профессор Университета управления «ТИСБИ» (г. Казань).

ЦАРЕГОРОДЦЕВ Е.И. – д-р экон. наук, профессор Марийского государственного университета (г. Йошкар-Ола).

ЩЕЛКУНОВ М.Д. – д-р филос. наук, профессор, Заслуженный деятель науки РТ, Лауреат премии Правительства РФ в области образования 2012 г., директор Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (г. Казань).

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

ОРДЖОНИКИДЗЕ Г.Э. – Ответственный секретарь Комиссии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО, зам. директора Департамента международных организаций МИД России (Россия, г. Москва).

ИВАСИВ И.Б. – д-р экон. наук, профессор Киевского национального экономического университета (Украина, г. Киев).

КОВАЛЬЧУК К.Ф. – д-р экон. наук, профессор, декан факультета экономики и менеджмента Национальной металлургической академии Украины (Украина, г. Киев).

МИШАТКИНА Т.В. – канд. филос. наук, доцент, профессор кафедры философии, социологии и экономики Международного государственного экологического университета им. А.Д. Сахарова, региональный эксперт ЮНЕСКО в области этики и биоэтики от Республики Беларусь (Республика Беларусь, г. Минск).

МОРОЗОВ А.В. – д-р пед. наук, профессор Евразийского открытого института (Россия, г. Москва).

УТЦ ДОНБЕРГЕР – профессор, Phd, Университет Лейпцига, директор Международной программы МВА (Германия, г. Лейпциг).

ФИЦ М. – д-р экон. наук, профессор факультета информатики и управления Политехнического университета (Польша, г. Вроцлав).

ЦАУРКУБУЛЕ Ж.Л. – д-р социол. наук, профессор Балтийского института психологии и менеджмента (Латвия, г. Рига).

УЧРЕДИТЕЛЬ:

УВО «Университет управления «ТИСБИ».

Статьи рецензируются и проверяются на плагиат.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

СОДЕРЖАНИЕ

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА.....	1
---------------------------------	---

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

Степаненко Р.Ф., Солдатова А.В. Правокультурные процессы в юридическом образовании: проблемы и перспективы	5
Бобиенко О.М. Рейтинг университета как управленческий инструмент (Учреждение высшего образования «Университет управления «ТИСБИ»).....	13
Благих И.А., Аверьянова О.В., Рябухина А.А. Инновационные методы, применяемые страховыми компаниями по повышению эффективности рекламы в Интернете	24
Брылов А.К., Хамидуллин Ф.Ф. Малый и средний бизнес в условиях пандемии	44
Гордеев В.В. Управление экономикой развития фирмы с учетом рисков (на примере ООО «Оптовый центр»).....	50
Гузаирова Э.Р., Свирина А.А. Состояние банковского сектора в период кризиса	57

ЮНЕСКО: ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, КУЛЬТУРА

Федорова О.В., Черных Е.Д., Петрунькин Т.В. Управление жизненным циклом модуля ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов»	63
Дро Д.Х., Мезяев А.Б. Международно-правовые и внутригосударственные проблемы участия государств в статуте международного уголовного суда (на примере Российской Федерации и Республики Кот-д'Ивуар).....	68
Болотников А.А., Имангулов Р.Ш. Использование информационно-компьютерных технологий на занятиях по физической культуре в высшем учебном заведении.....	76

Якунина Е.А. Применение визуальных сред для обучения студентов
объектно-ориентированному программированию 86

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА И АННОТАЦИИ МАТЕРИАЛОВ И СТАТЕЙ
НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ 92

УСЛОВИЯ ПОДАЧИ МАТЕРИАЛОВ В ЖУРНАЛ 98

Издается с января 2000 г. Выходит 1 раз в квартал.
Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и
массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 02 декабря 2013 г. ПИ № ФС77-56358

Адрес редакции и издателя: 420012, Казань, ул. Муштары, 13

Университет управления «ТИСБИ»

Тел./факс: (843) 294-83-33

<http://www.tisbi.org/science/vestnik/index.html>

E-mail: vestniktisbi@yandex.ru

УДК 342

**ПРАВКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЮРИДИЧЕСКОМ
ОБРАЗОВАНИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**THE LEGAL AND CULTURAL PROCESSES IN THE LEGAL
EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS**

СТЕПАНЕНКО Р.Ф., д-р юрид. наук, профессор кафедры теории и истории государства и права Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: stepanenekorff@yandex.ru

СОЛДАТОВА А.В., канд. юрид. наук, доцент, зав. кафедрой теории и истории государства и права Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: soldatovaalena@yandex.ru

STEPANENKO R., PhD in Law, Professor of the Department of the Theory and History of State and Law, the University of Management «TISBI»

E-mail: stepanenekorff@yandex.ru

SOLDATOVA A., The candidate of science, Associate Professor, The head of the Department of the Theory and History of State and Law, the University of Management «TISBI»

E-mail: soldatovaalena@yandex.ru

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению отдельных актуальных проблем высшего юридического образования, обусловленных неопределенностью современной социокультурной среды, процессами непрерывной трансформации стандартов образования и т.д. В частности, анализируется проблема формирования идейных основ саморазвития студентов юридического направления подготовки в условиях глобализации информационной среды. Всеобщая концентрация внимания на практико-ориентированном и компетентностном подходах в обучении в определенной степени усугубляет проблему социализации и саморазвития будущих юристов. В этой связи актуализируется необходимость формирования аксиологически обоснованных мировоззренческих основ их профессионального мышления, правосознания и правовой культуры. Авторы обращают внимание на проблему совмещения в образовательном процессе высшей школы обучения и воспитания как неременного условия повышения уровня правосознания и правовой культуры обучающихся. Особая ответственность за обеспечение данного единства возлагается на преподавателей фундаментальных правовых дисциплин, осуществляющих идеологическую и воспитательную функции путем формирования осознанного понимания наиболее

общих закономерностей становления и последующей эволюции государственно-правовых явлений и процессов, социальной ответственности представителей юридического сообщества за качество правовой жизни в стране. Вместе с тем, реализация данных функций не представляется возможной без соответствующего саморазвития личности педагога. Таким образом, в статье обосновывается наличие зависимости качества высшего юридического образования от сформированности системы базовых правовых идей и ценностей, саморазвития обучающихся и обучающихся, единства процессов обучения и воспитания.

Ключевые слова: *юридическое образование, саморазвитие студента, саморазвитие преподавателя, правовая культура, правовое сознание.*

Abstract

The article is devoted to the consideration of some acute problems of the higher legal education caused by the uncertainty of the modern socio-cultural environment, the processes of continuous transformation of educational standards, etc. In particular, the authors analyze the problem of forming the ideological foundations of self-development of students majoring in Law in the context of the globalization of the information. The general focus on practice-oriented and competence-based approaches in training to a certain extent exacerbates the problem of socialization and self-development of future lawyers. In this regard, the need for the formation of axiological sound ideological foundations of their professional thinking, legal awareness and legal culture is actualized. The authors draw attention to the problem of combining training and education in the educational process of higher education, as an indispensable condition for improving the level of legal awareness and legal culture of students. Special responsibility for ensuring this unity is assigned to teachers of fundamental legal disciplines who perform ideological and educational functions by forming a conscious understanding of the most general laws of the formation and subsequent evolution of state-legal phenomena and processes, the social responsibility of representatives of the legal community for the quality of legal life in the country. At the same time, the implementation of these functions is not possible without the appropriate self-development of the personality of a professor itself. Thus, the article substantiates the dependence of the quality of higher legal education on the formation of a system of basic legal ideas and values, self-development of students and teachers, the unity of the processes of education and upbringing.

Key words: *legal education, student self-development, teacher self-development, legal culture, legal consciousness.*

Современное высшее юридическое образование как процесс двухстороннего (и более – при использовании методик интерактивного обучения) коммуницирования объективизирует в себе не только интеллектуальный и профессиональный потенциал преподавателя, но и комплекс имеющихся правопонимающих практик студента, уровень и качество его личностного саморазвития в сфере права. Базисные основы последнего должны быть заложены в период обучения в высшей школе, однако на сегодняшний день в этой сфере имеются некоторые

проблемы. Относящиеся к элементам правокультурных процессов в юридическом образовании: воспитание правом, формирование правового сознания студентов, привитие основ правовой культуры, становление современного плюралистического правопонимания и т.д., не полностью исчерпывающим образом реализуют стратегии правовой образовательной политики.

Во многих странах, в том числе и в России, реализуется так называемый «компетентностный подход», который призван перейти от «натаскивания» обучающихся знаниями к формированию у них практических умений и навыков. Подобное практико-ориентированное обучение вполне отвечает запросам работодателей и способствует повышению конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Однако, как подчеркивается в научной литературе, результаты опроса работодателей свидетельствуют о том, что выпускники юридических специальностей среди прочих общекультурных компетенций должны обладать способностью к самоорганизации и саморазвитию [3, с. 74]. Для достижения поставленных целей в настоящее время предлагаются и все более используются активные и интерактивные методы обучения. Следует признать, что они позволяют решать отдельные задачи саморазвития будущего юриста. Востребованность на рынке труда узких специалистов приводит к парадоксам современности, отмечают М.Д. Щелкунов и Е.М. Николаева. «Нынешнее общество нуждается не в образованности, а в профессиональной обученности, позволяющей на соответствующем уровне успешно функционировать автономным общественным элементом и связям; ... можно быть хорошим специалистом в узкой профессиональной области и оставаться при этом необразованным человеком» [11, с. 103].

Вместе с тем, существуют определенные культурологические проблемы социализации личности студента, позволяющей в дальнейшем обеспечить непрерывность процесса самосовершенствования, который имеет важное значение для успешного осуществления будущей профессиональной деятельности.

Особую актуальность формирование способности к саморазвитию и потребности в нем приобретает в современных условиях перехода к информационному обществу, имеющему свои достоинства и недостатки. К последним в числе прочего следует отнести воздействие на сознание молодого поколения неконтролируемого потока информации из открытых источников, в первую очередь – глобальной сети Интернет. При этом такие информационные потоки зачастую подвергаются целенаправленному управлению, становясь, тем самым, эффективным средством оглушения людей. В юридической науке достаточно четко обозначена проблема поиска путей совершенствования правового регулирования Интернет-пространства как источника информации [1],

однако на практике остается много нерешенных вопросов. Ввиду повышенной значимости обозначенных проблем для успешной эволюции социума и эффективного функционирования государства в научной литературе предлагаются возможные пути реализации основных положений стратегии национальной безопасности и развития информационного общества в содержании правовой образовательной политики [8].

К сожалению, данные процессы достигли небывалых масштабов, что обуславливает необходимость противодействия им, в том числе при помощи всевозможных форм самообразования студентов. В настоящее время ситуация усугубляется вынужденным, а порой и осознанным переходом на дистанционное обучение, которое также порождает ряд проблем, требующих системного подхода в их решении на уровне правовой образовательной политики [2], в том числе путем разработки современных технологий в образовании, которые позволили бы преодолеть негативные последствия процессов информационной глобализации [5]. Немалое значение при этом имеют и процессы создания единой цифровой образовательной среды, создание которой должно войти в обязанности современного высшего учебного заведения, гарантируя, в числе прочего, истинность получаемой студентами информации о познаваемом объекте, непрерывность процесса коммуницирования студентов с преподавателями и т.д. [4].

Нивелировать деструктивное воздействие на личность непроверенной, а порой и вредоносной информации может лишь сформированное на достаточно высоком уровне сознание, целостное мировоззрение [7]. Кроме того, значительное внимание должно уделяться формированию ценностного мировоззрения на право (позитивное и естественное), наполняемого по мере образовательного процесса духовно-нравственным содержанием, что обеспечило бы переход от чистого позитивизма к интегративной концепции правопонимания и определения его регулятивной роли в жизни общества. Основы данной концепции были заложены отечественными теоретиками права еще в конце XIX – начале XX вв. «Развивая философию Канта, они предлагали оценивать право с разных сторон» [10]. Сегодня такая позиция в России становится все более популярной, что подтверждается практикой Верховного Суда РФ и Конституционного Суда РФ, которая уже давно вышла за пределы обычного юридического формализма.

Но для того чтобы такой подход стал общепринятым в юридической деятельности в целом, у преподающих и студентов-юристов должен быть «стержень» в лице ценностной Идеи как для профессии, так и лично для своих убеждений. Проблема поиска аксиологических констант, свойственная всей системе высшего образования [6], приобретает особый смысл в контексте высшего юридического образования

ввиду повышенной социальной значимости юридической деятельности (правотворческой, правоприменительной и т.д.).

Причем для того чтобы такая концепция действительно содействовала личностному развитию обучающихся, она должна отвечать двум требованиям: во-первых, содержать в себе некую большую Идею, направленную на совершенствование общества, а во-вторых, вокруг этой Идеи должен быть развернут глубокий и целостный анализ социальных закономерностей, без которого Идея останется лишь декларацией благих намерений, в которой общество неизбежно со временем разочаруется.

В этой связи для стимулирования личностного развития и саморазвития обучающихся высшее юридическое образование должно быть сопряжено с формированием фундаментальной правовой картины мира, включающей в себя ценностную Идею, которая будет стимулом для такого развития. Ее выработка, обоснование, признание и распространение являются первостепенной задачей, без решения которой преодолеть проблему личностного развития в юридическом образовании будет крайне затруднительно.

Как справедливо отмечал выдающийся советский педагог В.А. Сухомлинский, человек «становится могучей силой благодаря одухотворенности идеей» [9]. Следовательно, формирование идеологического базиса саморазвития студентов будет способствовать реализации потенциала преобразующего воздействия профессиональной деятельности юристов на развитие общества, государства и права.

Вместе с тем, не следует забывать о том, что формирование у студентов представления и понимания целостной картины мира невозможно без непрерывного процесса повышения уровня правосознания и правовой культуры. Как известно, образование любого уровня должно представлять собой симбиоз обучения и воспитания. С организацией последнего в высших учебных заведениях в настоящее время, к сожалению, есть определенные сложности. Процессу воспитания, особенно в высшей школе, незаслуженно уделяется недостаточное внимание, поскольку приоритет отдается развитию методик обучения в целях повышения конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Подобный диссонанс может повлечь весьма негативные последствия как для саморазвития личности студента, так и для развития общества в целом.

Как следствие, процессы личностного развития и процессы обучения зачастую проходят не вместе, а порознь, существуя как бы сами по себе, что снижает общую эффективность образования и формирует у обучающихся индифферентное отношение к получаемому эталонному знанию о праве.

Отметим, что успешность воспитания во многом зависит от правильности поставленных целей, которые, в свою очередь, представ-

ляют собой ожидаемые изменения в обучающемся под воздействием специально организованных действий. Несомненно, юридическое образование, учитывая повышенную социальную значимость профессии, должно стремиться к формированию у будущих специалистов целостного научного мировоззрения, основанного на таких профессионально значимых качествах, как доброта, справедливость, ответственность, честность, бескорыстие, человеколюбие и др., что является весьма сложной задачей.

В рамках образовательного процесса воспитательное воздействие на личность студента должно осуществляться как в течение аудиторных занятий, которые должны преследовать не только обучающие и развивающие, но и воспитательные цели (в условиях практико-ориентированного обучения отходят на третий план), так и путем проведения внеаудиторных специальных мероприятий.

Однако, как известно, наиболее действенным методом воспитания является личный пример, поэтому в современных сложных условиях повышаются требования к личностным и профессиональным качествам преподавателя, расширяется круг задач обучения и воспитания.

Достижение поставленных целей обеспечения устойчивого саморазвития студентов ставит перед преподавательской кооперацией ряд задач: на высокопрофессиональном и интеллектуальном уровне донести до обучающихся важность и ценность приобретаемых знаний, умений, навыков и компетенций для успешной их реализации на практике в дальнейшем; инициировать позитивную мотивацию их поведенческих моделей в правоприменительной деятельности; привить уважительное отношение к выполняемым должностным обязанностям и ответственность за добросовестное исполнение полномочий и т.д. Решение данных вопросов, в свою очередь, не представляется возможным без саморазвития педагога, процесс которого на современном этапе сопряжен с преодолением множества препятствий (увеличением базовой нагрузки, бюрократическими обременениями работы преподавателя и др.).

Таким образом, происходящие в современном мире процессы увеличения объема информации, скорости перманентного обновления технологий, а также все более углубляющиеся проблемы глобализации информационной среды ставят систему образования, в том числе юридического, перед необходимостью реагирования на данные вызовы. Адекватность и своевременность противодействия деформирующим мировоззрение студентов информационным потокам во многом зависят от выработки идейной основы профессионального и личностного развития личности будущего юриста, закладываемой в процессе целенаправленного совместного обучающего и воспитательного воздействия. При этом совершенно справедливо в современной научной литературе поставлена проблема выработки правовой политики в сфере обеспече-

ния личностного развития [3], от решения которой во многом будут зависеть эффективность и системный характер мер, принимаемых в рамках единого процесса обучения и воспитания, направленных на создание прочного фундамента правокультурного развития личности студента и преподавателя.

Литература:

1. Romashov R.A.R., Panchenko V.Iu. The Internet as information and communication environment, instrument of legal communication and object of legal regulation. Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. 2017. Т. 10. № 4. С. 579-583.

2. Stepanenko. R.F., Ainoutdinova, I.N., & Krotkova, N.V. (2020). Distance and online learning solutions in the context of modern legal educational policy // Soluciones de aprendizaje a distancia y en línea en el contexto de la política educativa jurídica moderna / Raviya Faritovna Stepanenko; Irina Nailjevna Ainoutdinova; Natalya Viktorovna Krotkova. CUESTIONES POLÍTICAS, Vol. 38 N 67 Especial (2da parte 2020): pp. 239–250.

3. Ашрафзянов И.Р. Правовая политика в сфере обеспечения личностного развития: постановка проблемы. Вестник экономики, права и социологии. 2021. № 1. С. 51-54.

4. Сабирова Л.Л. Проблемы использования открытых образовательных ресурсов в непрерывном юридическом образовании. Вестник Марийского государственного университета. 2018. Т. 12. № 2 (30). С. 72-77.

5. Салиева Р.Н., Солдатова А.В. Роль вузов в создании единой цифровой образовательной среды: вопросы социальной направленности высшей школы. Образование и право. 2018. № 10. С. 252-255.

6. Солдатов Я.В. Современные технологии в образовании: проблемы развития информационного общества. В сборнике: Идеи В.А. Сухомлинского в теории и практике (к 100-летию со дня рождения выдающегося педагога-гуманиста В.А. Сухомлинского). Сборник трудов Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова». 2018. С. 193-196.

7. Солдатов Я.В., Салимгареев М.В. Аксиологические константы в системе современного высшего образования. Образование и право. 2018. № 3. С. 245-250.

8. Солдатов Я.В., Солдатова А.В. Информационное пространство как фактор формирования современной правовой культуры. В сборнике: Державинские чтения. Сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. Отв. редактор О.И. Александрова. 2019. С. 56-58.

9. Степаненко Р.Ф., Солдатова А.В. Стратегии национальной безопасности и развития информационного общества в проблемном поле правовой образовательной политики. Вестник ТИСБИ. 2018. № 4. С. 112-118

10. Сухомлинский В.А. Письма к сыну. – М.: Концептуал, 2018. 148 с.

11. Фролова Е.А. Б.А. Кистяковский о природе права. Кантовский сборник. 2014. № 2 (48). С. 62-68.

12. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М. Образование в XXI веке: перед лицом новых вызовов. Казань, 2010 – 156 с.

References:

1. Romashov R.A.R., Panchenko V.Iu. The Internet as information and communication environment, instrument of legal communication and object of legal regulation. Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. 2017. Vol. 10. No. 4. P. 579-583.
2. Stepanenko. R.F., Ainoutdinova, I.N., & Krotkova, N.V. (2020). Distance and online learning solutions in the context of modern legal educational policy // Soluciones de aprendizaje a distancia y en línea en el contexto de la política educativa jurídica moderna / Raviya Faritovna Stepanenko; Irina Nailjevna Ainoutdinova; Natalya Viktorovna Krotkova. CUESTIONES POLI'TICAS, Vol. 38 N 67 Especial (2da parte 2020): pp. 239-250.
3. Ashrafzyanov I.R. Legal policy in the field of personal development: problem statement. Bulletin of Economics, Law and Sociology. 2021. No. 1. P. 51-54.
4. Sabirova L.L. Problems of using open educational resources in continuing legal education. Bulletin of the Mari State University. 2018. Vol. 12. No. 2 (30). P. 72-77.
5. Salieva R.N., Soldatova A.V. The role of universities in creating a unified digital educational environment: issues of the social orientation of higher education. Education and law. 2018. No. 10. P. 252-255.
6. Soldatov Ya.V. Modern technologies in education: problems of information society development. In the collection: Ideas of V.A. Sukhomlinsky in theory and practice (to the 100th anniversary of the outstanding humanist teacher V.A. Sukhomlinsky). Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. FSBEI HE "Chuvash State University named after I.N. Ulyanov". 2018. P. 193-196.
7. Soldatov Ya.V., Salimgareev M.V. Axiological constants in the system of modern higher education. Education and law. 2018. No. 3. P. 245-250.
8. Soldatov Ya.V., Soldatova A.V. Information space as a factor in the formation of modern legal culture. In the collection: Derzhavin readings. Collection of articles of the XIV International Scientific and Practical Conference. Resp. editor O.I. Alexandrova. 2019. P. 56-58.
9. Stepanenko R.F., Soldatova A.V. Strategies for national security and development of the information society in the problematic field of legal educational policy. TISBI Bulletin. 2018. No. 4. P. 112-118
10. Sukhomlinsky V.A. Letters to my son. – Moscow: Conceptual, 2018. 148 p.
11. Frolova E.A. B.A. Kistyakovsky on the nature of law. Kantian collection. 2014. No. 2 (48). P. 62-68.
12. Shchelkunov M.D., Nikolaeva E.M. Education in the 21st century: facing new challenges. Kazan, 2010 – 156 p.

**РЕЙТИНГ УНИВЕРСИТЕТА
КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ**

(Учреждение высшего образования «Университет управления «ТИСБИ»)

UNIVERSITY RATING AS A MANAGEMENT TOOL

(The Institution of higher education, the University of Management «TISBI»)

БОБИЕНКО О.М., канд. пед. наук, доцент, проректор по качеству
Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: olesia-tisbi@rambler.ru

BOBIENKO O., candidate of Pedagogical Sciences, associate Professor
of the University of Management «TISBI»

E-mail: olesia-tisbi@rambler.ru

Аннотация

Проведена систематизация современных рейтингов результатов деятельности высших учебных заведений России. Описаны методологические основания, основные критерии и наборы показателей, по которым они составляются. На примере рейтинговых данных Университета управления «ТИСБИ» за 2019 и 2020 гг. показаны возможности выявления аспектов деятельности вуза, требующих корректировки и приоритетного управленческого внимания.

Ключевые слова: оценка, показатели, ранжирование, рейтинг, университет, управление.

Abstract

The systematization of modern ratings of the results of higher educational institutions activities in Russia has been carried out. The methodological foundations, main criteria and sets of indicators are described, according to which they are compiled. Using the example of the rating data of the University of Management "TISBI" for 2019 and 2020 shows the possibilities of identifying aspects of the university's activities that require adjustment and priority management attention.

Key words: assessment, indicators, ranging, rating, university, management.

В современном педагогическом дискурсе актуализировалась проблематика независимой оценки качества высшего образования – совокупности оценочных процедур, реализуемых в отношении деятельности образовательных организаций внешними по отношению к ним экспертами с целью установления соответствия качества и условий предоставляемого образования требованиям его заказчиков [6].

В числе последних выступают общество, государство и непосредственные потребители «продукта» вуза – работодатели, а также студенты и их родители. Независимая оценка проводится с помощью

разнообразного инструментария. А ее результаты часто оформляются посредством такого наглядного и привлекательного средства информирования заказчиков и потребителей образовательных услуг, как **рейтинги и рэнкинги**.

Согласно европейской методологии U-Multirank, рейтинг представляет собой одномерный список ранжируемых объектов по возрастающим или убывающим показателям, характеризующим те или иные их свойства, от получившего наивысшую оценку к получившему наименьшую оценку. Он выступает результатом рейтингования – совокупности процедур сравнительного оценивания в форме присвоения группе объектов числовых/буквенных или порядковых значений (индексов), которые фиксируют их значимость согласно выбранным критериям и на основе релевантных показателей [2; 19].

Потребность в систематизированных и наглядно представленных данных об условиях и результатах деятельности вуза актуальна практически для всех категорий его стейкхолдеров. Информация сравнительного плана, получаемая посредством рейтингования образовательных организаций, нужна в первую очередь их администрациям, поскольку выявляет аспекты деятельности вуза, требующие приоритетного внимания, а также возможные направления повышения качества образования и дефициты внутренних ресурсов, которые необходимо восполнить. Результаты рейтинга стимулируют вузы вносить коррективы в стратегии своего развития.

Работодателям такая информация нужна для принятия обоснованных решений по размещению заказа на подготовку и повышение квалификации кадров, ликвидации дефицита персонала, трудоустройству выпускников вузов. Государственные органы управления образованием заинтересованы в оперативном обеспечении объективной и доступной информацией для принятия управленческих решений в области образования. Для абитуриентов и их родителей рейтинги вузов являются своеобразным навигатором на рынке образовательных услуг и рынке труда, волатильность и неопределенность которого постоянно возрастают.

Таким образом, результаты рейтингов вуза, построенные по различным основаниям и критериям, актуальным для потребителей и заказчиков образовательных услуг, выступают важнейшим инструментом управления, а также эффективным средством PR-кампаний, реализуемых в рамках маркетинговой стратегии образовательной организации.

Любой рейтинг базируется на совокупности показателей и индикаторов, которые отражают различные аспекты предмета исследования. Анализ имеющихся методик составления рейтингов показывает, что достаточно часто результаты ранжирования представляются в виде **таблицы лиг**. В соответствии с данным подходом все вузы разбиваются на определенное число групп (лиг) в зависимости от оценок, получен-

ных по различным показателям их деятельности. В каждую лигу входят участники, получившие сопоставимые оценки по выбранным показателям. Все участники, вошедшие в одну группу (лигу), считаются примерно равными по контекстным показателям. Такой исследовательский прием применяется с целью выравнивания внешних (часто – независимых от образовательных организаций) условий деятельности вуза. Так, сопоставление столичных и провинциальных вузов по ряду показателей будет не вполне корректным.

Сегодня разработано и апробировано большое количество международных и российских рейтингов университетов. По данным Европейской Обсерватории IREG по академическому рейтингу и превосходству [16] в настоящее время и широко используется свыше 100 типов и видов рейтингов вузов различного уровня. Самыми популярными международными рейтингами считаются Times Higher Education World University Rankings (THE) [18] и Academic Ranking of World Universities (ARWU) [15].

Для них характерно четкое выделение целевых групп пользователей, которым адресован рейтинг. Они глубоко теоретически обоснованы, их создатели декларируют свои концептуальные принципы, подробно описывают методологию и методику рейтингования. Собираемая информация, оформленная в виде показателей и индикаторов, получает экспертные оценки и становится предметом широкого обсуждения в профессионально-экспертном сообществе. Для сравнительной оценки вузов применяется набор показателей, всесторонне отражающих их деятельность, в разработке и обсуждении которых участвуют студенты, исследователи, администрация, преподаватели, работодатели.

Во всех отечественных и зарубежных исследованиях обоснованы методологические стандарты ранжирования и рейтингования. Большинство экспертов считают основополагающими **Берлинские принципы ранжирования высших учебных заведений** [16], которые были сформированы Международной экспертной группой по ранжированию в 2006 г., и **Правила аудита рейтингов** [17] (IREGRankingAuditRules), установленные в 2011 г. Согласно им, в частности, используемые элементы рейтингования (собираемая информация, индикаторы) должны проходить оценку экспертов и обсуждаться. К методологии ранжирования предъявляются следующие требования: а) быть теоретически обоснованной и б) опираться на концептуальные принципы.

Одной из важных составляющих, обеспечивающих достоверность ранжирования, является надежность данных на всех этапах их получения:

- надежность источника информации;
- надежность сбора данных (контроль качества самих процедур сбора данных);

– качество предоставления информации конечным потребителям рейтингов.

В исследованиях сформулированы методические требования к используемым данным. Прежде всего, это полнота информации (процесс или явление должно быть оценено во всех значимых аспектах). Кроме того, общепризнано требование сопоставимости данных. Последнее осуществляется посредством перехода от абсолютных величин (человек, единиц и т.д.) к нормированным значениям показателей (удельный вес, доля, в %).

В качестве *пороговых значений показателей* чаще всего используются медианные значения по вузам с учетом региональной специфики. Для этого выделяются группы образовательных организаций со схожими уровнями развития, и в рамках этих групп рассчитывается медиана, которая и принимается за пороговое значение [3, с. 41].

В целом, большинство экспертов единодушны в том, что полностью устранить субъективность в процедурах рейтингования невозможно. «Рейтинг субъективен, даже если основан на количественных данных и объективных факторах, особенно в тех случаях, когда вводится экспертная оценка значимости (весовые коэффициенты) отдельных показателей. Именно это – его субъективность в выборе показателей и методике их расчета – в большей степени подвергается критике со стороны специалистов, а также тех, кого рейтингуют и кто не попал в топ» [1, с. 10].

В России массовая практика рейтингования высших учебных заведений начала складываться сравнительно недавно. Рассмотрим методики и результаты рейтингования вузов более подробно, в том числе на примере данных по Университету управления «ТИСБИ».

С 2012 г. по инициативе Министерства образования и науки РФ (далее – Минобрнауки России) введен в практику **Рейтинг мониторинга эффективности вузов** [8], фиксирующий в сравнительном плане результаты деятельности всех высших учебных заведений страны, включая филиалы. Данные мониторинга эффективности представлены по семи количественным показателям, среди них: образовательная деятельность, научно-исследовательская деятельность, международная деятельность, финансово-экономическая деятельность, зарплата профессорско-преподавательского состава и др. По каждому из показателей проводится ранжирование образовательных организаций в порядке убывания достигнутых ими показателей и выделяется пороговое значение.

В результате рейтингования все отечественные вузы делятся на 10 лиг по следующим критериям:

- оценка А присваивается вузу, попавшему в первые три лиги;
- оценка В – в четвертую и пятую лиги;

- оценка С – в лиги с шестой по восьмую;
- оценку D получает вуз, если он оказался в последних двух лигах;
- оценка E присваивается оставшимся вузам.

В 2019 и в 2020 гг. Университет управления «ТИСБИ» по сумме показателей был представлен в группе С (шестая лига) [9].

С 2019 г. в России действует **Рейтинг по результатам профессионально-общественной аккредитации** [12]. В основе его построения – публичные базы данных, размещенные на порталах *asscredpro.ru* (национальная российская аккредитация) и *deqar.eu* (международная аккредитация). Рассматривается восемь областей образования, том числе математические и естественные науки; инженерное дело, технологии и технические науки; здравоохранение и медицинские науки; сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки. Если хотя бы одна программа из этой области знаний прошла профессионально-общественную аккредитацию, вуз получает оценку по данной области образования: от А до Е (не участвовал в аккредитации).

По данному рейтингу «ТИСБИ» в 2019 и 2020 гг. отнесен в область образования «Науки об обществе» к группе В. В нее входят образовательные программы, получившие международную аккредитацию в агентствах Европейского реестра гарантии качества образования EQAR или членах Международной ассоциации инженерного образования Washington Accord.

Рейтинг «Первая миссия» [10] создан по итогам проекта 2010 г. «Лучшие образовательные программы инновационной России». В нем использованы три группы показателей:

- экспертная оценка, которая формируется членами Гильдии экспертов в сфере профессионального образования, представителями администрации вузов, работодателями посредством онлайн-голосования на Интернет-портале «Агрегатор независимой оценки высшего образования» [20];

- достижения отдельных студентов в региональных, национальных и международных студенческих олимпиадах, конкурсах, соревнованиях, процедурах независимой оценки квалификаций в соответствующих центрах Национальной системы квалификаций и т.д.;

- достижения образовательной программы.

Достоинством данного проекта является то, что для сбора статистической информации используются опросы, сбор количественной информации из открытых источников, а также непосредственное обращение к заинтересованным организациям, что повышает надежность и объективность результатов исследования. Ранжирование представлено в виде таблицы лиг.

Данные Университета управления «ТИСБИ» по критериям рейтинга «Первая миссия» в 2018-2020 гг. показывают позитивную динамику

совершенствования результативности и эффективности деятельности Университета. Значения оценок переместили статус «ТИСБИ» из десятой лиги вузов в 2018 г. в седьмую лигу – в 2020 г. [10].

Рейтинговое агентство RAEX с 2011 г. выпускает рейтинг 100 лучших университетов России. Оценки вузов производятся путем анализа статистических показателей и результатов онлайн-опросов студентов и выпускников, представителей академического и научного сообществ, работодателей. Расчет места в рейтинге осуществляется на основе следующих интегральных факторов с применением весовых коэффициентов, отражающих вклад каждого фактора в итоговую оценку:

– условия для получения качественного образования в вузе (весовой коэффициент – 50%);

– уровень востребованности выпускников вуза работодателями (30%);

– уровень научно-исследовательской деятельности вуза (20%).

Далее количественные показатели вуза сопоставляются со средним значением каждого показателя по всем вузам, участвующим в рейтинге [14].

В данном рейтинге «ТИСБИ» в 2019-2020 гг. не принимал участия (оценка Е).

Национальный рейтинг университетов Международной информационно-аналитической группы «Интерфакс» составляется с 2015 г. [5]. Оценивание производится по результатам обработки данных анкет, представленных университетами (самооценка), в разрезе шести параметров: образовательная деятельность, исследовательская деятельность, социализация студентов, интернационализация или международная деятельность вуза, бренд вуза, инновации и предпринимательство. По каждому из направлений строится тематический рейтинг.

В данном рейтинге «ТИСБИ» в 2019-2020 гг. также не принимал участия (оценка Е).

Рейтинг «Самые востребованные вузы России» разрабатывается «Социальным навигатором» МИА «Россия сегодня» с 2017 г. [13].

Общая архитектура индексов оценки востребованности вуза в данном рейтинге содержит 3 показателя:

1) доля выпускников, получивших направление на трудоустройство после завершения профессиональной подготовки по очной форме обучения;

2) доля доходов от НИР, образовательных услуг сторонним организациям в общих доходах образовательной организации;

3) индекс цитирования трудов сотрудников вуза.

Количественные показатели извлекаются из открытых источников: данных Федерального статистического наблюдения ВПО-1 и Базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). С целью

получения сопоставимых результатов вузы разбиты на шесть групп по отраслям: классические университеты, технические университеты, сельскохозяйственные вузы, вузы сферы «управление – экономика – финансы – юриспруденция», гуманитарные и медицинские вузы. Итоговый рейтинг строится как сумма нормированных значений трех указанных выше рейтинговых показателей в порядке их убывания. Вузы также ранжируются по каждому из трех избранных показателей в выделенных группах (тематические рейтинги). Составители рейтинга считают, что сравнительное исследование характеризует готовность абитуриентов к рынку труда.

В 2019 и 2020 гг. «ТИСБИ» в тематическом рейтинге отрасли образования «Все сферы управления» получил оценку В (28-е и 29-е места, соответственно, среди частных вузов России). По остальным направлениям подготовки Университет участия в рейтинговании не принимал.

Рейтинг по индексу Хирша [11] основан на данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU. Все образовательные организации ранжируются в порядке убывания значений данного показателя, а полученная диаграмма ранжирования разбивается на квантили.

По рейтинговым данным на 1 сентября 2019 г. «ТИСБИ» зафиксирован в третьем квартиле высших учебных заведений (оценка С) и ранжирован на 24-е место среди частных российских вузов.

Рейтинг «Международное признание» базируется на четырех показателях из открытых баз данных: достижения в международных рейтингах, результаты международной аккредитации, достижения в студенческих международных олимпиадах и конкурсах, численность иностранных студентов [7].

Достижения в международных рейтингах фиксируются по «большой тройке» признанных международных глобальных рейтингов: Шанхайскому рейтингу (Academic Ranking of World Universities, ARWU) и двум английским рейтингам – QS World University Rankings (QS) и Times Higher Education (THE). Для расчета показателя международной аккредитации берутся данные Европейского реестра аккредитованных программ DEQAR.

В 2019 и 2020 гг. рейтинг «ТИСБИ» по критериям «Международного признания» включал только оценку по показателю «контингент иностранных студентов» (оценка D – четвертый квартиль российских вузов).

В 2019 г. в России сформирован первый **Национальный агрегированный рейтинг вузов** [4] на основе обобщения всех известных публичных отечественных рейтингов с представлением результатов оценивания в формате лиг. Он разработан по методике МетАЛиг (Методика Анализа Лиг), базирующейся на математическом аппарате теории голосования в малых группах и позволяющей агрегировать различные независимые оценки в единый формат [1].

По данным этого агрегированного рейтинга 2020 г. «ТИСБИ» находится в 4-й лиге (ТОП-300) и занимает 7-е место среди частных вузов (см. таблицу 1).

Таблица 1. ТОП-7 российских частных вузов (извлечение из Национального агрегированного рейтинга 2020 г.)

Топ (Лига)	Топ (Частные вузы)	Образовательная организация, регион	Оценка в рейтинге								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
Топ-100 2 лига	Топ-7	РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ, г. Москва	B	C	D	A	B	B	D	C	A
Топ-200 3 лига	Топ-7	РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА (ИНСТИТУТ), г. Москва	E	C	E	A	B	A	E	D	A
Топ-300 4 лига	Топ-7	ПРАВОСЛАВНЫЙ СВЯТО-ТИХОНОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ, г. Москва	E	D	E	B	A	B	E	D	A
Топ-300 4 лига	Топ-7	КАЗАНСКИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.Г.ТИМИРЯСОВА (ИЭУП), Республика Татарстан	D	D	E	B	B	A	D	D	B
Топ-300 4 лига	Топ-7	ВОРОНЕЖСКИЙ ИНСТИТУТ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ, Воронежская область	E	E	E	A	B	B	E	D	B
Топ-300 4 лига	Топ-7	МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ, г. Москва	E	C	E	A	B	B	D	D	E
Топ-300 4 лига	Топ-7	УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ», Республика Татарстан	E	D	E	C	C	B	B	D	B
2019 год (для сравнения)											
5 лига		УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ», Республика Татарстан	E	D	E	B	C	C	C	D	-

В столбцах таблицы 1 приведены оценки вузов в российских образовательных рейтингах в соответствии со следующей нумерацией:

1. Национальный рейтинг университетов Международной информационной группы «Интерфакс» (оценка «ТИСБИ» – E).
2. Рейтинг «Первая миссия» (оценка «ТИСБИ» – D).
3. Рейтинг университетов RAEX (оценка «ТИСБИ» – E).
4. Рейтинг по индексу Хирша (оценка «ТИСБИ» – C).
5. Рейтинг мониторинга эффективности вузов (оценка «ТИСБИ» – C).
6. Рейтинг «Оценка качества обучения» (оценка «ТИСБИ» – B).
7. Рейтинг по результатам профессионально-общественной аккредитации (оценка «ТИСБИ» – B).
8. Рейтинг «Международное признание» (оценка «ТИСБИ» – D).
9. Рейтинг «Самые востребованные вузы России» (оценка «ТИСБИ» – B).

Для сравнения: в таблице 1 инкорпорирован фрагмент аналогичной таблицы по данным 2019 г., из информации которой следует, что в динамике результативность деятельности «ТИСБИ» за указанный период заметно выросла. Университет переместился из пятой лиги вузов в четвертую, а оценки в рамках рейтингов 6 («Оценка качества обучения») и 7 («Рейтинг по результатам профессионально-общественной аккредитации») повысились со статуса С до В. Одновременно следует указать на снижение оценки Университета управления «ТИСБИ» в Рейтинге по индексу Хирша (со статуса В до С).

Таким образом, анализ рейтинговых данных позволяет выявить и оперативно скорректировать «слабые звенья» в деятельности вуза, своевременно усилить управленческую фокусировку на тех аспектах жизнедеятельности образовательной организации, которые в сравнении с другими вузами из группы схожих по условиям деятельности демонстрируют недостаточную результативность.

Литература:

1. Болотов В.А., Мотова Г.Н., Наводнов В.Г., Рыжакова О.Е. Как сконструировать национальный агрегированный рейтинг? // Высшее образование в России. – 2020. – № 1. С. – 9-24. – DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-1-9-24> (дата обращения: 06.04.2021).

2. Ларионова М.В. Методология сравнительного анализа международных подходов к ранжированию высших учебных заведений // Вестник международных организаций. – 2012. – № 1 (36). – С. 34-70.

3. Лешуков О.А. Эффективность региональных сетей организаций высшего образования в условиях конкуренции: Дисс. ... канд. наук об образовании (PhD in Education). – НИУ ВШЭ, 2020.

4. Национальный агрегированный рейтинг университетов. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/nacionalnyj-agregirovannyj-rejting> (дата обращения: 06.04.2021).

5. Национальный рейтинг университетов Международной информационной группы «Интерфакс». – URL: <https://academia.interfax.ru/ru/ratings/?rating=1&year=2019&page=1> (дата обращения: 06.04.2021).

6. Рейтинги в образовании: от разовых практик к культурным решениям: Сб. материалов / Обществ. Палата Российской Федерации, Комиссия по развитию науки и образования; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Ин-т образования. – М.: ИД Высшей школы экономики, 2014.

7. Рейтинг «Международное признание». – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejting-mezhdunarodnoe-priznanie> (дата обращения: 06.04.2021).

8. Рейтинг мониторинга эффективности вузов. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejting-monitoringa-effektivnosti-vuzov> (дата обращения: 06.04.2021).

9. Рейтинг мониторинга эффективности вузов 2019 г. – URL: <https://msdnica.ru/rankings/rejting-monitoringa-effektivnosti-vuzov?specific=0&district=0®ion=16&vuzName=&group=6> (дата обращения: 06.04.2021).

10. Рейтинг «Первая миссия». – URL: <https://www.best-edu.ru/ranking/rejtingobrazovatelnyh-organizacij-pervaya-missiya> (дата обращения: 06.04.2021).
11. Рейтинг по индексу Хирша. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/index-hirsha> (дата обращения: 06.04.2021).
12. Рейтинг по результатам профессионально-общественной аккредитации. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejting-po-rezultatam-professionalno-obshchestvennoj-akkreditacii> (дата обращения: 06.04.2021).
13. Рейтинг «Самые востребованные вузы России» – МИА «Россия сегодня». – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/samye-vostrebovannye-vuzy-rossii> (дата обращения: 06.04.2021).
14. Рейтинги университетов рейтингового агентства RAEX. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejtingi-universitetov-raex> (дата обращения: 06.04.2021).
15. Academic Ranking of World Universities (ARWU)-2020. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/academic-ranking-of-world-universities> (date of access: 06.04.2021).
16. IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence. – URL: <http://ireg-observatory.org/en/> (date of access: 06.04.2021).
17. IREG-Ranking Audit.Purpose, Criteria and procedure.IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence, 2011. – URL: http://www.ireg-observatory.org/pdf/IREG_audit.pdf (date of access: 06.04.2021).
18. Times Higher Education World University Rankings (THE) – 2020. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/times-higher-education-world-university-rankings> (date of access: 06.04.2021).
19. Van Vught F., Westerheijden D. Multidimensional Ranking: a New Transparency Tool for Higher Education and Research // Higher Education Management and Policy. – 2010. – Vol. 22/3.
20. Интернет-портал «Агрегатор независимой оценки высшего образования». – URL: <https://best-edu.ru/ratings> (дата обращения: 06.04.2021).

References:

1. Bolotov V., Motova G., Navodnov V., Ryzhakova O. How to construct a national aggregated rating? // Higher Education in Russia. – 2020. – № 1. – P. 9-24. – DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-1-9-24> (accessed: 06.04.2021).
2. Larionova M. Methodology of comparative analysis of international approaches to ranking higher educational institutions // Bulletin of International Organizations. – 2012. – № 1 (36). – P. 34-70.
3. Leshukov O. Efficiency of regional networks of higher education organizations in the conditions of competition: Diss. for the degree of Candidate of Sciences in Education (PhD in Education). – HSE, 2020.
4. National aggregate rating universities. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/nacionalnyj-agregirovannyj-rejting> (accessed: 06.04.2021).
5. The national ranking of universities of the International information group «Interfax». – <https://academia.interfax.ru/EN/ratings/?rating=1&year=2019&page=1> (accessed: 06.04.2021).
6. Ratings in education: from one-time practices to cultural solutions: collection of materials / Societies. The Chamber of the Russian Federation, the Commission

for the Development of Science and Education; National research. Higher School of Economics, Institute of Education. – M.: Publishing House of the Higher School of Economics, 2014.

7. Rating «International Recognition». – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejting-mezhdunarodnoe-priznanie> (accessed: 06.04.2021).

8. Rating of monitoring the effectiveness of universities. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejting-monitoringa-effektivnosti-vuzov> (accessed: 06.04.2021).

9. The rating of the monitoring of the effectiveness of universities-2019. – URL: <https://msd-nica.ru/rankings/rejting-monitoringa-effektivnosti-vuzov?specific=0&district=0®ion=16&vuzName=&group=6> (the date of the increments: 06.04.2021).

10. A rating of “First mission” // URL: <https://www.best-edu.ru/ranking/rejtingobrazovatelyh-organizacij-pervaya-missiya> (accessed 06.04.2021).

11. The rating of the Hirsch index. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/index-hirsha> (accessed: 06.04.2021).

12. The rating of the results of professional and public of AK-creditarii. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejting-po-rezultatam-professionalno-obshchestvennoj-akkreditacii> (accessed: 06.04.2021).

13. The rating «The Most popular universities of Russia» – MIA «Russia today». – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/samye-vostrebovannye-vuzy-rossii> (accessed: 06.04.2021).

14. University rankings rating Agency RAEX. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/national/rejtingi-universitetov-raex> (accessed: 06.04.2021).

15. Academic Ranking of World Universities (ARWU)-2020. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/academic-ranking-of-world-universities> (date of access: 06.04.2021).

16. IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence. – URL: <http://ireg-observatory.org/en/> (date of access: 06.04.2021).

17. IREG-Ranking Audit.Purpose, Criteria and procedure. IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence, 2011. – URL: http://www.ireg-observatory.org/pdf/IREG_audit.pdf (date of access: 06.04.2021).

18. Times Higher Education World University Rankings (THE) – 2020. – URL: <https://best-edu.ru/ratings/times-higher-education-world-university-rankings> (date of access: 06.04.2021).

19. Van Vught F., Westerheijden D. Multidimensional Ranking: a New Transparency Tool for Higher Education and Research // Higher Education Management and Policy. – 2010. – Vol. 22/3.

20. Internet portal «Aggregator of independent evaluation of higher education». – URL: <https://best-edu.ru/ratings> (accessed: 06.04.2021).

**ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ СТРАХОВЫМИ
КОМПАНИЯМИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ
В ИНТЕРНЕТЕ**

**INNOVATIVE METHODS USED BY INSURANCE COMPANIES
TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING
ON THE INTERNET**

БЛАГИХ И.А., д-р экон. наук, ординарный доцент факультета технологического менеджмента и инноваций Национального исследовательского университета ИТМО, г. Санкт-Петербург

E-mail: ivan-blagikh@yandex.ru

АВЕРЬЯНОВА О.В., канд. экон. наук, преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин

Военно-медицинской академии им. С.М. Кирова, г. Санкт-Петербург

E-mail: olin83@mail.ru

РЯБУХИНА А.А., генеральный директор БК-консалтинг, г. Санкт-Петербург

E-mail: a.ryabuhina@bk-consulting.ru

BLAGIKH I., Doctor of Economics, Ordinary Associate Professor at the Faculty of Technological Management and Innovation, National Research University, St. Petersburg

E-mail: ivan-blagikh@yandex.ru

AVERYANOVA O., Candidate of Economic Sciences, Lecturer of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, the Kirov Military Medical Academy, St. Petersburg

E-mail: olin83@mail.ru

RYABUKHINA A., General Director, BC-Consulting, St. Petersburg

E-mail: a.ryabuhina@bk-consulting.ru

Аннотация

Авторами проанализированы инновационные методы, применяемые страховыми кампаниями по повышению эффективности рекламы в Интернете. Установлено, что для повышения эффективности рекламы в сети Интернет необходимо совершенствование реализуемой рекламной стратегии с целью увеличения числа клиентов компании при наименьших финансовых затратах. В результате анализа рекламной деятельности страховых компаний было выяснено, что рекламная кампания в сети Интернет является без применения методов сквозной аналитики недостаточно эффективной. По итогам проведенного анализа авторами предложен комплекс мероприятий, нацеленных на повышение эффективности рекламной кампании в сети Интернет с целью улучшения контекстной рекламы путем добавления в семантическое ядро как можно большего количества низкочастотных запросов по теме страхования, разработки

мультилендинга под таргетированную рекламу, разработки мультилендинга под контекстную рекламу. Предложен также один из видов мультилендинга, основной задачей которого является информирование клиентов о страховом продукте с ориентацией на конкретные запросы и потенциальных страхователей.

Ключевые слова: *страхование, страховой продукт, рекламная кампания, Интернет, мультилендинг.*

Abstract

The authors analyzed the innovative methods used by insurance companies to improve the effectiveness of advertising on the Internet. It has been established that in order to increase the effectiveness of advertising on the Internet, it is necessary to improve the implemented advertising strategy in order to increase the number of the company's clients at the lowest financial costs. Because of the analysis of the advertising activities of insurance companies, it was found out that an advertising campaign on the Internet is not effective enough without the use of end-to-end analytics methods. Based on the results of the analysis, the authors proposed a set of measures aimed at increasing the effectiveness of an advertising campaign on the Internet in order to improve contextual advertising by adding as many low-frequency queries on the topic of insurance to the semantic core as possible, developing a multi-landing for targeted advertising, and developing a multi-landing for contextual advertising. One of the types of multi-landings has also been proposed, the main task of which is to inform customers about the insurance product, with a focus on specific requests and potential policyholders.

Key words: *insurance, insurance product, advertising campaign, internet, multi-landing.*

Актуальность темы определяется тем неоспоримым фактом, что реклама продуктов и услуг в сети Интернет является одной из самых эффективных инвестиций в информацию о деятельности компаний. Реклама в Интернете – мощный двигатель продвижения страховых услуг. При этом следует отметить, что страховой продукт – товар продаваемый, но нематериальный. При покупке страхового полиса потребитель приобретает финансовую поддержку в будущем, услугу, а не какую-то реальную вещь. Следовательно, главной задачей рекламной кампании страховой организации является убеждение потенциального страхователя в том, что ему эта финансовая поддержка необходима. Не прибегая к страхованию, он может понести в будущем неприемлемые убытки.

Каждая страховая компания самостоятельно проводит анализ рынка и выбирает среди множества видов рекламы наиболее приемлемый для себя ее вид. Рост конкуренции заставляет страховой бизнес искать новые, более эффективные, решения в рекламе в Интернете. В то же время рост рекламы, ее давление на целевую аудиторию приводят к обратному эффекту – у пользователей вырабатывается на нее своеобразный иммунитет. Стандартные методы продвижения продуктов и услуг перестают работать. Поиску новых решений способствует систематический

анализ функционирующих в Интернете рекламных продуктов. Основным преимуществом рекламы в Интернете является возможность отслеживания ее эффективности и своевременного реагирования на изменение этого показателя. Наиболее эффективным вариантом анализа являются сквозная аналитика и построение на ее основе интегрированной модели обработки данных, получаемых на каждом этапе ведения сделки. Исследованию и популяризации указанных методов посвящена данная статья.

По мнению С. Белозёрова, Н. Кузнецовой, Ж. Писаренко, сквозной аналитикой можно считать процесс изучения эффективности рекламных кампаний на основе информации, полученной о движении клиента по «воронке продаж» [1]. «Воронка продаж» – это демонстрация стадий, которые проходит клиент, начиная от первого контакта и заканчивая покупкой страхового продукта. Сам термин «воронка продаж» наглядно отображает процесс страхования в виде двух треугольников (воронок). В широкой воронке отображены первые контакты с клиентами. Далее в процессе реализации страховых контактов часть потенциальных клиентов постепенно теряется, соответственно сужается и воронка. Узкая часть воронки – это клиенты, которые уже стали реальными (рис. 1). С помощью «воронки продаж» удобно осуществлять сквозную аналитику эффективности рекламного продукта.

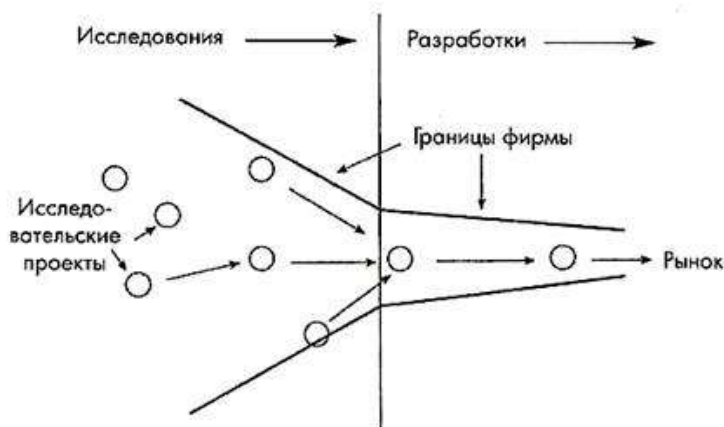


Рис. 1. Схематическое изображение аналитических исследований «воронки продаж» рекламного продукта

Воронка продаж каждой конкретной компании отличается, так как процесс продаж у всех организован по-разному. Что касается сквозной аналитики, то это понятие нужно расширить, используя перечень минимального количества показателей М. Джеффри (таблица 1), которые нужны для проведения анализа и разработки стратегии Интернет-маркетинга [2].

Таблица 1. Минимальное число показателей М. Джеффри для проведения сквозной аналитики

Осведомленность о компании	Тест-драйв
Отток клиентов	Уровень удовлетворенности клиентов
Количество посещений	Прибыль
Чистая приведенная стоимость (NPV)	Внутренняя норма доходности (IRR)
Окупаемость	Пожизненная ценность клиента (CLTV)
Цена за клик	Конверсия по транзакциям (TCR)
Возврат на инвестиции в рекламу (ROA)	Доля отказов
«Сарафанное радио» (WOM)	

Примечание: разработано авторами на основе материалов из «Обзора мирового и российского рынка SaaS-решений в B2B-сегменте». [Электронный ресурс]. – http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-mirovogo-i-rossiyskogo-rynka-saas-resheniy-v-segmente-v2v-20150527020041 (дата обращения: 12.02.2020).

Суть метода сквозной аналитики заключается в совместной интеграции друг с другом CRM-системы, коллтрекинг-сервиса, непосредственно аналитики и сайта. При использовании данного метода процесс анализа рекламных компаний и сбора статистики по ним в гораздо большей степени усложняется, что наглядно представлено на рис. 2 и рис. 3.



Рис. 2. Классическая модель аналитики сайта

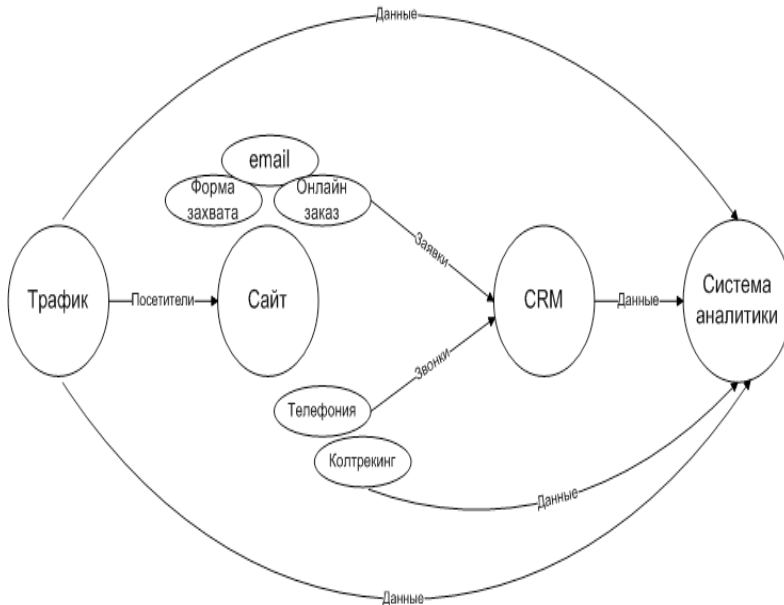


Рис. 3. Модель сквозной аналитики

Стрелки указывают направление, по которому продвигается информация. Нужно отметить, что на рис. 3 представлены только основные элементы, информация для анализа и перечень этапов будут варьироваться, в зависимости от того, какие практические или теоретические задачи были поставлены. При решении практических задач на данные, указанные на рис. 3, будут оказывать влияние специфика самой страховой фирмы, ее размер, основное направление деятельности, способ организации бизнеса, степень автоматизации бизнес-процессов и много другое.

Определение экономической эффективности рекламы традиционным способом, т.е. путем прямого соотнесения доходов и расходов применительно к компании в целом необходимо осуществлять на основании сквозного анализа: с его помощью определяется корреляция различных влияющих факторов и сбыта страховых услуг, из общего фона выделяется воздействие рекламы, а далее эффект от нее соотносится с ее ценой. Но такой алгоритм является весьма сложным. В связи с этим актуальной является задача косвенного определения эффективности страховой рекламы. Одной из возможностей для преодоления этого препятствия является соотнесение результатов страховщика с показателями компаний, имеющих сходный страховой портфель, но не проводивших рекламной кампании. Создание такой «контрольной группы» позволяет выделить составляющую роста продаж, относящуюся на рекламные усилия, а затем соотнести ее с их стоимостью. Другой возможностью для прямого определения торговой эффективности рекламы является выделение группы регионов, где рекламная кампания не проводится вовсе или проводится с определенным опозданием. В этом случае сравнение результатов, полученных по разным территориям, позволяет оценить эффективность рекламы.

В группу немонетарных показателей входят показатели, рассчитываемые по единым принципам для различных страховых продуктов:

- степень осведомленности о бренде;
- динамика количества контактов по продукту (в колл-центре, в отделениях розничных продаж (ОРП), через Интернет-сайт);
- динамика количества открытых договоров.

Группа монетарных показателей состоит из следующих показателей:

- соотношение затрат на рекламу с операционным доходом по продукту;
- темп прироста по продукту с учетом и без учета рекламных затрат;
- затраты на привлечение одного клиента (Cost Acquisition).

Для расчета монетарных показателей используются данные оперативной отчетности страховой компании [3]. Оценка эффективности

рекламной кампании производится за период действия эффекта от РК. Каждый показатель имеет в системе определенный вес (максимальный балл). По каждому показателю эффективность рекламной кампании может быть отнесена к одной из четырех категорий: «высокая эффективность», «средняя эффективность», «низкая эффективность», «неэффективная». В зависимости от категории эффективности РК присваивается определенный балл.

Однако, как уже было сказано, более эффективным является метод сквозной аналитики. Агрегируя данные, получаемые из сквозной аналитики, можно получить наиболее точную статистику взаимодействия пользователей с рекламными объявлениями анализируемой рекламной компании. Информация, полученная таким методом, позволяет производить расчет таких показателей, как CPA (costperaction – цена за действие), CR (conversionrate – показатель конверсии), ROI (returnofinvestments – показатель возврата инвестиций). Использование данных показателей дает возможности: оценивать эффективность и прибыльность рекламных объявлений, определять факторы, оказывающие наибольшее влияние на рекламную компанию, выбирать общий курс развития компании и т.д.

Получение статистики по эффективности рекламных объявлений из сквозной аналитики проводится по гиперссылкам, указанным в рекламных объявлениях, где добавляются так называемые utm-метки. Эти метки автоматически добавляются рекламными площадками к каждому объявлению. Они позволяют однозначно идентифицировать рекламную площадку, рекламную компанию, объявление, по которому был совершен переход.

Эффективность рекламного объявления рассчитывается в виде количества конверсий, используемых в интеграции системы аналитики с CRM-системой. При такой схеме при каждом переходе на сайт содержимое utm-меток клиента, с которыми он пришел, сохраняется в его браузере. В дальнейшем при оформлении заказа на сайте это содержимое utm-меток вместе с информацией о заказе заносится в CRM-систему. По мере ведения заказа клиента в CRM-системе становится известна конечная стоимость заказа. С использованием этого показателя можно рассчитать показатель ROI.

В случае же, если продажа осуществляется не с помощью сайта, а с помощью звонка клиента в организацию, отследить ее источник становится более сложной задачей. Для решения этой проблемы можно использовать сервис коллтрекинга [4].

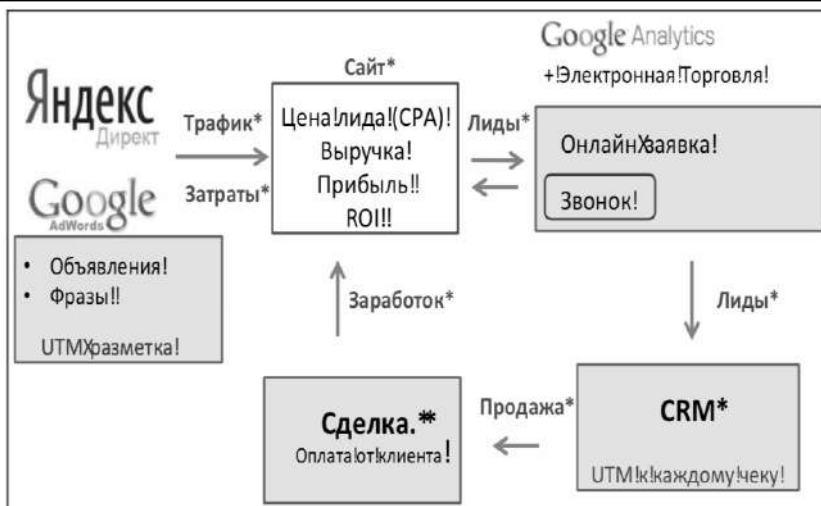


Рис. 4. Схема модели автоматизации сбора данных и отчетности

Все пришедшие на сайт онлайн-заявки автоматически, по мере их поступления, регистрируются в CRM-системе. Аналогичным образом заявки, поступающие в коллтрекинг-системы, регистрируются автоматически в CRM. Все это осуществляется с помощью программных интерфейсов, предоставляемых CRM-системой. Прежде всего, для объединения данных из CRM-системы с помощью предоставленного программного интерфейса выбираются осуществленные в день сделки [5].

Как видно из рис. 4, информация об этих сделках, включая содержимое utm-меток и полученную с заказа прибыль, отправляется в дальнейшем в систему аналитики, которая на основании полученных данных рассчитывает показатели эффективности рекламы. Система аналитики, в свою очередь, рассчитывает показатель возврата инвестиций на рекламу (ROI) по формуле (1):

$$ROI = \frac{\text{Доход} - \text{Затраты на рекламу}}{\text{Затраты на рекламу}} \cdot 10 \quad (1)$$

При $ROI > 0$ – затраты на рекламу окупаются,

При $ROI < 0$ – затраты на рекламу не окупаются.

Благодаря различным механизмам реклама в Интернете предоставляет богатые возможности для анализа ее эффективности. Рекламодатели стремятся внедрить наиболее эффективную сквозную аналитику. Внедрение данной технологии требует осуществления автоматизации отчетности в бизнес-процессах компании. Преимуществом подхода является получение наиболее полной статистики по эффективности рекламных объявлений. Эта информация позволяет рекламода-

телю эффективно вести рекламную кампанию, точно знать наиболее прибыльные рекламные объявления и отсеивать убыточные объявления, снижая затраты на рекламу.

Таким образом мы полагаем, что показатели, указанные в таблице 1, способны представить фактическую картину эффективности рекламы и инвестиций на нее для небольших страховых компаний, имеющих ограниченное количество показателей. Например, регулярный мониторинг поведения потенциальных клиентов, их отношения к товарам или услугам для небольших фирм может быть затруднен, так как они не могут позволить себе тратить деньги и человеческие ресурсы на это. Таким компаниям намного выгоднее использовать шаблонные решения. Например, сервис ROlstat.com, в котором предложено пользователям более 28 инструментами для работы с системами, которые содержат маркетинговую информацию. Это и бухгалтерские программы, и CRM, и онлайн-чаты, и многое другое [6].

Следует отметить, что этот сервис при автоматической системе обработки данных может стать оптимальным решением не только для небольших страховых компаний, но и для средних, которые находятся на начальном этапе внедрения системы и нуждаются в базовых инструментах аналитики.

В некоторых зарубежных странах аналитический метод оценки эффективности инвестиций в рекламную кампанию называют BigDataAnalytics, а метод разработки эффективной политики на основании собранных данных – BigData-Drivenmarketing [7].

Таким образом данные, которые использует система сквозной аналитики и которые прошли через IT-систему или получены в виде статистики из Интернета, представляют собой перемещение информации как внутри компании, так и вне ее. В общем виде перемещение этой информации представлено на рис. 5:

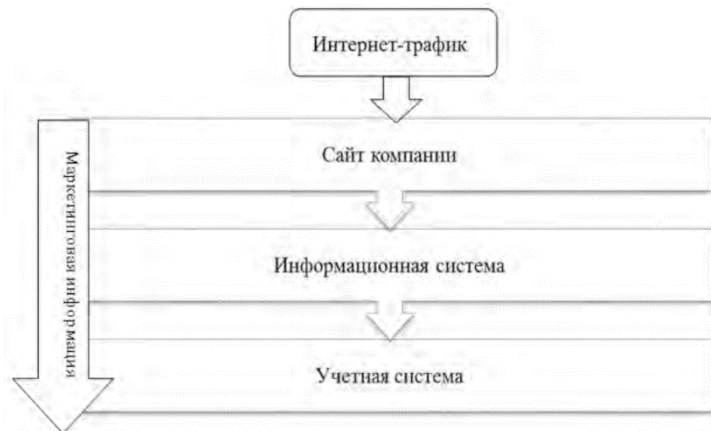


Рис. 5. Этапы обработки информации об эффективности рекламной кампании

Из представленного рисунка видно, что трафик неразрывно связан с количеством пользователей, которые попадают в информационную базу предприятия. То есть клиенты, которые посетили сайт, являются потенциальными и оставляют достаточное количество сведений для того, чтобы фирма обратила на них внимание и предложила свою продукцию. Однако у такой схемы есть существенный недостаток – она не учитывает потенциальных клиентов, которые контактировали с фирмой, не заходя к ней на сайт. Например, они узнали о продукции или услугах из газеты, от других клиентов, из какой-либо социальной сети, рекламного ролика или через любой другой канал. Также они могут сделать покупку или оформить заказ без посещения сайта. Например, посетили офис компании лично или связались с менеджерами по телефону, электронной почте.

В данном случае следует использовать те новые возможности, которые предоставляет цифровизация информации. Поскольку современные цифровые технологии активно развиваются, открываются новые информационные каналы (например, облачное обслуживание). Такая модель сотрудничества в последнее время становится все популярнее [8].

В IT-сфере все чаще встречается бизнес-модель SaaS (software as a service). Собственно, это приложение для бизнеса, которое является облачным. Когда клиент покупает его, он получает доступ к нему через Интернет. То есть он не покупает само программное обеспечение, а только платит за доступ, за возможность использования. Плата вносится периодически. Такая схема очень напоминает аренду, разница заключается только в том, что заказчик не получает прямого физического доступа к серверам или ПО [9].

Появление модели SaaS обусловлено тем, что покупка традиционным методом имеет определенные недостатки:

- Для покупки программного обеспечения компании приходится изыскивать серьезные ресурсы, что не всегда выгодно, иногда приходится для этих целей брать кредит.
- Заказчик покупает программный продукт, оплачивает его полностью, но не всегда использует его функционал на полную.

Многие предприниматели мирятся с такими недостатками, принимают их как должное и платят, так как сегодня без определенных программных продуктов вести эффективно бизнес невозможно. Пользователи понимают, что создать софт с функционалом, который будет идеально подходить для всех, невозможно. Поэтому приходится оплачивать ненужные опции, и уйти от этого невозможно. Модель SaaS стала прекрасной альтернативой. Хотя и у нее есть свои преимущества и недостатки.

Модель SaaS предполагает не полную оплату, а внесение абонентской платы в период использования. Заказчик может оплачивать объем данных или вносить плату ежемесячно. В Абонентский взнос включена не только стоимость пользования самим продуктом, но и его техническая поддержка.

Еще одна особенность данной модели – пользоваться программным продуктом могут одновременно несколько пользователей, которые находятся в разных местах, используют разную операционную систему и т.д. Если же заказчик больше не нуждается в программном продукте, он просто перестает оплачивать услугу.

На рынке облачных технологий SaaS продолжает удерживать лидерские позиции. Аналитики прогнозируют, что уже к 2018 г. порядка 28% компаний в мире перейдут на использование SaaS, зарабатывая более \$50 млрд. выручки, что на \$22,6 млрд. больше, чем в 2013 г. [10].

В России по такой схеме приобретаются бухгалтерские, программы, CRM-системы, системы электронной коммерции и многие другие решения B2B. Рост интереса со стороны пользователей к таким решениям логичен, так как SaaS позволяет значительно снизить расходы, переведя их из капитальных в операционные. Еще одна причина роста этого сегмента – доверие к облачным сервисам, которое с каждым днем неуклонно растет.

По состоянию на 2016 г. рынок в секторе МСБ в РФ, который использует SaaS, по оценкам достиг 28 млрд. руб. и с каждым годом он стремительно растет. При этом динамика роста в России значительно превышает общемировую прирост [11].

Если проанализировать SaaS продукты, то можно заметить – большинство софта рассчитано на бизнес. Работать на рынке B2B услуг сложнее, так как существует множество факторов, которые снижают вероятность приобретения SaaS. Например, это корпоративная культура или система организации бизнеса. Компания, которая не использует автоматизированную систему учета рабочего времени, не будет приобретать соответствующее ПО. Понадобится время, чтобы она пришла к решению перейти на использование этой системы. А уже после она может купить соответствующее решение.

Воронка продаж SaaS выглядит следующим образом:

- Ознакомление с сервисом.
- Подписка, использование бесплатной (демо) версии.
- Активация продукта и начало его использования.
- Покупка платной версии.

Первые шаги совершает большинство компаний. Но продвижение дальше по воронке затруднено. После использования бесплатной версии многие не переходят на платную и отказываются от использова-

ния сервиса. Платную версию покупают только те компании, которые оценили ценность продукта и то, что его характеристики соответствуют заявленным. Если ценности для своего бизнеса заказчик не видит, он уходит. Но это не значит, что он потерян навсегда. В будущем он может изменить решение, поэтому важно поддерживать обратную связь:

- с теми, кто уже активировал платную версию, для того чтобы узнать, какая ценность продукта для клиента стала определяющей;
- с теми, кто отказался активировать платную версию, чтобы узнать, по какой причине пользователь отказался от сервиса.

Одной из особенностей использования этой модели является то, что покупатель и продавец контактируют через Интернет. Это касается всех этапов продаж, вплоть до оплаты и предоставления доступа к софту [12].

Обратная связь между подобными сервисами и их покупателями осуществляется посредством:

- контекстной рекламы;
- соцсетей;
- поисковой выдачи;
- видеохостингов и других каналов.

Более длинный цикл продаж, специфика покупателей, их ограниченное количество оказывают существенное влияние на маркетинговую политику и коммуникации с клиентом. Очень часто для этого компания использует несколько методов, комбинирует их для повышения продаж. Поэтому появляется объективная необходимость проведения анализа для понимания, какой канал был максимально эффективным.

Исходя из этого, для разработки и ведения продуктивной рекламной кампании необходимо использовать аналитические инструменты, которые позволят улучшить основные показатели полезности Интернет-рекламы [13].

Перед тем, как приступить к разработке системы маркетинговой аналитики, необходимо описать ее будущие элементы:

- Система веб-аналитики – место, куда будет стекаться информация из всех маркетинговых каналов.
- Сервис CallTracking – с его помощью осуществляется отслеживание телефонных звонков.
- CRM-система – служит для принятия и обработки заявок.
- Сервис онлайн-консультаций.

Работу системы можно представить таким образом: посетители попадают на сайт, на котором размещены сервисы CallTracking и онлайн – консультирования. Далее возможно несколько вариантов дальнейшего поведения клиента:

- Регистрация на сайте.

- Звонок менеджерам.
- Использование онлайн-чата для связи с оператором.
- Пользователь покинул сайт.

После того, как человек зарегистрировался на сайте, он проходит по воронке. В CRM-системе это фиксируется, и открывается карточка на нового клиента с его данными, которые были указаны при регистрации.

Если имели место контакты с клиентом, их история также будет загружена автоматически в CRM-систему. Такой подход позволяет сохранять данные о контактах, их результатах в одном месте и обеспечить доступ к ним менеджерам по продажам, руководству и т.д.

Если клиент прошел по всей воронке и купил платную подписку, в CRM это будет отображено. Появится информация о купленной версии софта, дате, канале платежа и другие сведения. Все это передается в систему аналитики. Сюда же загружаются данные о расходах, и осуществляется их связь с данными из CRM посредством уникального идентификатора, присвоенного клиенту при первом посещении сайта.

В системе аналитики будет находиться вся необходимая информация из всех рекламных каналов, которая показывает их эффективность. Также есть возможность создавать сегменты, которые могут применяться для создания дополнительной рекламы для пользователей, отказавшихся от покупки продукта на первом этапе. Те, кто купил платную подписку, получают возможность отказаться от рекламы. Для реализации такой схемы необходимо подключить в настройках счетчика несколько идентификаторов: Client ID и User ID. Первый присваивается устройству, с которого заходил пользователь. Он прописывается в браузере и дает возможность составить из многих посещений сайта клиентом одну общую картину. Использование этого идентификатора открывает возможности для сбора аналитических данных. Но его недостаточно, так как многие пользователи заходят на сайт из нескольких устройств [14].

Поэтому дополнительно необходимо использовать еще идентификатор User ID. Он присваивается пользователям при регистрации в личном кабинете и дает более точную картинку, чем Client ID.

Когда пользователь совершает определенное действие, идентификаторы Client ID и User ID передаются вместе с другими данными в CRM, на основании чего открывается в системе карточка на пользователя. После того, как статус клиента в системе CRM изменится, оба идентификатора передаются в систему аналитики. Эти данные позволяют определить источник трафика, полученный от этого источника доход. Информация о расходах загружается в систему аналитики из других источников – из рекламной системы, на основании этого выполняется расчет ROI, LTV и других показателей. Такой подход дает возможность определить, какой рекламный канал эффективен, какой – нет, и на ос-

новании полученной информации разработать взвешенную маркетинговую стратегию, которая позволит более гибко:

- создавать сегменты пользователей, которые стали клиентами сервиса, и отключать для них показ рекламы;
- создавать сегменты пользователей, которые не стали клиентами сервиса, и направлять на них дополнительную рекламу, стимулирующую вернуться и начать пользоваться сервисом.

В результате можно выделить основные элементы аналитики на базе систем обработки информации (таблице 2):

Таблица 2. Основные элементы аналитики на базе систем обработки информации

Этап обработки информации для маркетинга	Анализируемые данные
Интернет-маркетинг	Стоимость одного клика Цена трафика
Сайт фирмы	Конверсия (TCR) Число посещений
Информационная система	Количество отказов «Сарафанное радио» (WOM)
Система учета	Степень удовлетворенности Уход клиентов Приведенная стоимость чистая (NPV) Норма доходности внутренняя (IRR) Прибыль Ценность клиента пожизненная (CLTV) Возврат вложений (ROA)

Примечание: разработано авторами на основе материалов из «Обзора мирового и российского рынка SaaS-решений в B2B-сегменте». [Электронный ресурс]. – http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-mirovogo-i-rossiyskogo-rynka-saas-resheniy-v-segmente-v2v-20150527020041 (дата обращения: 12.02.2020).

Интегральная оценка эффективности рекламной кампании определяется путем суммирования баллов, набранных по двум группам показателей – монетарным и немонетарным. На основании полученной суммы баллов рекламная кампания может быть отнесена к одной из четырех категорий: «высокая эффективность», «средняя эффективность», «низкая эффективность» или «рекламная кампания неэффективна». Объем сбыта компаний сферы услуг в значительной мере определяется уровнем удовлетворенности потребителей. Соответственно, от него существенно зависит объем прибыли и рентабельность компании [15]. И поскольку именно потребители решают, услугами какой компании они воспользуются, чем полнее компания удовлетворяет запросы и предугадывает желания клиентов, тем больший экономический эффект она полу-

чит. Без точных оценок степени удовлетворенности потребителей компании не могут принимать эффективных решений о том, что именно требуется улучшать в первую очередь. Чем выше уровень удовлетворенности потребителей услугой, тем выше вероятность ее повторного приобретения теми же клиентами в будущем. Итак, для эффективного рекламного продвижения страхового продукта в системе добровольного медицинского страхования необходимо выполнение следующих условий: учет особенностей страхового продукта; понимание поведения, желаний и предпочтений страховщиков, потребителей, конкурентов и рынков; правильная постановка задач рекламной кампании; умение превратить рекламное сообщение в драматическую продающую идею, которая вторгнется в головы и сердца потребителей; точная оценка эффективности проведенной рекламной кампании.

Мультилендинг – это динамическая веб-страница, которая способна менять свое содержание в зависимости от различных параметров: источника, с которого осуществился переход на мультилендинг; запроса, который пользователь ввел в строку поисковой системы и по которому был осуществлен переход на мультилендинг; географического расположения пользователя; времени посещения сайта. Веб-страница подобного типа может быть разработана под разные виды рекламы [16].

Таким образом, мультилендинг – это несколько вариантов одной страницы с разным текстом заголовка на первом экране или с разным дизайном. Подмена контента на посадочных страницах уже много лет как «ходит» в трендах, но до сих пор в Интернете нет единого подхода к технологии мультилендингов. Обычно все сводится к выбору технического решения, как их лучше делать – с помощью UTM-меток, самописных скриптов или онлайн-сервисов. Оптимизация контекстной рекламы путем добавления в семантическое ядро как можно большего количества низкочастотных запросов по теме страхования (страхователь может вводить запросы в поисковую строку, которые не переводят его на сайт компании, потому что таких ключевых слов нет в семантическом ядре). Добавление низкочастотных запросов позволит попадать клиенту на сайт при вводе в запрос практически любой комбинации слов [17].

Наиболее эффективным методом реализации данных мероприятий будет создание мультилендинга, поскольку он отвечает индивидуальному подходу к каждому клиенту, что способствует повышению лояльности страхователя. Следующим шагом является разработка макета мультилендинга. Его пример представлен в таблице 3.

Таблица 3. Пример макета мультлендинга

Шапка коммерческого предложения	Блок меняется
Основной блок с описанием главного предложения для отдельной тематики бизнеса. Заголовок и краткая суть	Блок меняется
Описание предложения, услуг и цен	Блок меняется
Отзывы клиентов	На первых порах можно не менять, но в перспективе лучше ставить отзыв по теме предложения
Список клиентов	На первых порах можно не менять, но в перспективе лучше ставить клиентов по тематике коммерческого предложения
Об агентстве / бренде	Блок не меняется
О подходе агентства, рекомендации, УТП, любая информация, которая вызывает доверие и снимает сомнения	Блок не меняется
Что можно уступить клиенту	Блок не меняется либо меняется частично
Форма заявки	Блок может быть универсальным, но лучше использовать индивидуальные формы под каждый проект

Примечание: разработано авторами.

Логично разделить мультлендинг на несколько блоков, каждый из которых содержит определенную информацию о страховом продукте и может изменяться в соответствии с поисковым запросом посетителя [18]. Шапка мультлендинга состоит из трех блоков, и название каждого из них соответствует порядковому номеру. В блок 1 входит фирменный логотип страховой компании, в блоке 2 будет размещен девиз компании, а в блок 3 вносится контактный номер горячей линии, по которому клиент может совершить звонок в любое время и задать интересующие вопросы. Из этих блоков неизменными остаются 1 и 3. Блок 2 изменяется в зависимости от того, какой вид страхования выбирает через свой запрос клиент. Например, если пользователь ищет информацию по страхованию жизни, то слово «автомобиль» в девизе компании будет заменено на слово «жизнь». Шапка мультлендинга, включающая в себя 3 блока, направлена на поддержку клиентов, на формирование хорошего впечатления об организации, на запоминание и узнавание в дальнейшем фирменного логотипа компании [19].

Следующим разрабатывается блок 4, который представлен в виде слайдера. Изображение слайда должно полностью соответствовать поисковому запросу клиента. Это создает впечатление у пользователя, что он нашел именно то, что искал, и не возникнет желания завершить

посещение мультлендинга. На блок 4 накладывается текстовое сообщение. Данное сообщение призывает клиента к покупке страхового продукта» оповещением о том, что многие автовладельцы той же марки автомобиля предпочли застраховаться именно здесь.

В блок 5 вносится информация о самом виде страхования КАСКО, а именно какие случаи относятся к страховым по КАСКО, и о том, что оно собой представляет. Этот блок мультлендинга так же подстраивается под запрос клиента по любому виду страхования, который тот ищет.

Блок 6 содержит предложение с оформлением заявки на покупку полиса онлайн. Если клиент нажимает на ссылку, то открывается всплывающее окно с небольшой анкетой для оформления заявки.

Блок 7 предназначен для убеждения клиента в том, что компания «Росгосстрах» надежная и ей можно доверять (например: «Почему застраховаться нужно именно у нас? Мы предлагаем своим клиентам не только стабильную защиту машины в рамках КАСКО!»).

Блок 8 содержит только изображения.

Блок 9 – это краткое перечисление бонусов от компании клиенту, если он застрахует по КАСКО в «Росгосстрах» (например, гарантия восстановления стекол, фар совершенно бесплатно либо покрытие расходов, связанных с эвакуацией автомобиля с места аварии).

Блок 10 создан для того, чтобы страхователь выбрал любой удобный для себя способ оформления заявки на страхование. Здесь можно указать, что компания принимает клиентов в офисе, обслуживает их по телефону или же предлагает оформить заявку онлайн. Текст будет разделен на три группы, и под каждой будет размещено изображение.

В блоке 11 размещено яркое, привлекающее внимание объявление о проводимой акции.

Справа от объявления располагается информация (блок 12), из которой можно более подробно узнать об условиях акции и датах ее проведения.

Блок 13 создается уже не только для того, чтобы познакомить со страхованием КАСКО, со страховой компанией, подчеркнуть индивидуальный подход, но и для того, чтобы разделить этот вид страхования на подвиды и таким образом помочь клиенту определиться с тем, какое именно КАСКО ему хотелось бы приобрести.

Блок 14 снова предлагает страхователю оформить заявку на страхование здесь и сейчас, в режиме онлайн, при этом клиенту нужно только указать свое имя, номер телефона и адрес электронной почты.

В блоке 15 расположен калькулятор КАСКО, в котором будут заполнены все поля, уже известные страховщику об автомобиле BMW X5, а именно: марка автомобиля, модель, тип трансмиссии, тип привода, предлагаемые варианты франшизы (5000, 10000, 15000). Страховате-

лю останется указать только ему известные данные в пустых полях: год выпуска автомобиля, лошадиные силы, средняя стоимость автомобиля, количество водителей, стаж, дата рождения, наличие противоугонной системы.

Таким образом, мультитендинги подробно информируют клиентов о страховом продукте, не предоставляя лишней или общей информации, а ориентируясь на конкретные, точные запросы каждого [20]. Подобного рода реклама всегда подталкивает потенциальных страхователей к покупке услуги, особенно если информацию о ней клиент искал целенаправленно. Безусловно это увеличивает клиентопоток, лояльность страхователей, рекламная кампания начинает приносить больше пользы для финансовой составляющей компании, а для страховой компании, как и для любой коммерческой организации, важно увеличение прибыли за счет новых страхователей [19]. Потенциальные клиенты по достоинству оценят новшества в виде мультитендинга, обслуживание будет проходить гораздо комфортнее и быстрее за счет того, что всю необходимую информацию пользователь Интернета получает сразу, с первого посещения и ему не приходится искать дополнительные источники. Поэтому реализация предлагаемых авторами мероприятий полностью соответствует требованиям к результатам деятельности и способствует совершенствованию рекламной кампании страховщика в сети Интернет.

Литература:

1. Белозёров С.А., Кузнецова Н.П., Писаренко Ж.В. Регулирование страховой деятельности: Учебник и практикум. – М., 2020.
2. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных: 15 ключевых показателей, которые должен знать каждый // Манн, Иванов и Фербер. 2013.
3. Аркадьев В.А., Аверьянова О.В., Благих И.А. Роль аудита в формировании равновесной системы «экология – социальное развитие» Арктической зоны РФ // Проблемы современной экономики. – 2019. – № 4 (72). – С. 198-203.
4. Боровик М. Performance-маркетинг: Заставьте Интернет работать на вас / М. Боровик, Г. Загребельный, Т. Меркулович, И. Фролкин. – М.: Альпина Диджитал, 2021.
5. Берёза Н.В. Современные тенденции развития мирового и российского рынка информационных услуг // ИВД. – 2012. – № 2. – <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mirovogo-i-rossiyskogorynka/informatsionnyh-uslug> (дата обращения: 20.03.2020).
6. Белозёров С.А. Цифровая экономика как фактор развития рынка страхования: В сб.: Международный экономический симпозиум – 2018: Материалы междунар. научн. конф., 2018. – С. 75.
7. Аркадьев В.А., Благих И.А. Особенности «оборота» налога на добавленную стоимость в современной России // Проблемы современной экономики. – 2017. – № 3 (63). – С. 112-117.

8. Белозеров С.А., Чернова Г.В., Калайда С.А. Современные факторы развития российского страхового рынка // *Страховое дело*. – 2018. – № 6 (303). – С. 31-35.

9. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: Учебное пос. – Руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа / И.К. Беляевский. – М., 2019.

10. Вязикова Г.В. К вопросу об оценке маркетинговой деятельности предприятий / Г.В. Вязикова, И.С. Янё // *Вестник ОГУ*. – 2019. – № 8 (169). – <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-otsenke-marketingovoy-deyatelnosti-predpriyatiy>.

11. Данченко Л.А., Невоструев П.Ю. SMART-обучение: основные принципы организации учебного процесса // *Открытое образование*. – 2014. – № 1.

12. Ермаков Д.Ю. Особенности маркетинговых коммуникаций на рынке B2B // *Молодой ученый*. – 2018. – № 20. – С. 229-231. – <https://moluch.ru/archive/206/50414/> (дата обращения: 08.05.2019).

13. Ивашкова Н.И. Методические подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности / Н.И. Ивашкова, А.А. Камша // *Маркетинг услуг*. – 2013. – № 1. – С. 14-25.

14. Благих И.А., Сон Л.Б. К вопросу о взаимосвязи сберегательного и страхового дела в дореволюционной России // *Проблемы современной экономики*. – 2010. – № 1 (33). – С. 431-435.

15. Майер-Шенбергер В., Кукьер К. BIG DATA // *Больше данных*. – <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-modeli-saas-v-rossii> (дата обращения: 13.04.2020).

16. Кэти О'Нил, Рэйчел Шатт. Data Science. Инсайдерская информация для новичков, 2019. – Питер, 2019. – Интернет-реклама – Википедия. [Электронный ресурс]. – Wikimedia Foundation, Inc. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0> (дата обращения: 27.12.2020).

17. Коробков С.А. Интеграция внутренних и внешних информационных систем для повышения результативности Интернет-маркетинга (на примере информационно-технологических компаний): Материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. «Современная экономика: концепции и модели инновационного развития». – М., 2016.

18. Обзор мирового и российского рынка SaaS-решений в B2B-сегменте. [Электронный ресурс]. – http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-mirovogo-i-rossiyskogo-rynka-saas-resheniy-v-segmente-v2v-20150527020041.

19. Aydarova J., Pashkus N., Blagikh I. Effective strategic positioning of institutions of secondary professional education in the knowledge economy: В сб.: SHS WEB of conferences: Collection of Materials of the 19th International scientific conference. – University of Zilina, 2020.

20. Агентство Интернет-маркетинга: омниканальность как основа продвижения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <https://texterra.ru/search/?q=сквозная+аналитика/>. – Информационный портал «Иксмедиа». [Электронный ресурс]. – <http://www.iksmedia.ru/news/5219062-Rost-SaaSreshenij-v-Rossii-operezhha.html> (дата обращения: 23.03.2019).

References:

1. Belozеров S., Kuznetsova N., Pisarenko J. Regulation of insurance activities: Textbook and workshop. – M., 2020.
2. Jeffrey M. Data-Driven Marketing: 15 Key Metrics Everyone Should Know // Mann, Ivanov & Ferber, 2013.
3. Arkadiev V., Averyanova O., Blagikh I. The role of audit in the formation of an equilibrium system «ecology – social development» of the Arctic zone of the Russian Federation // Problems of the modern economy. – 2019. – № 4 (72). – P. 198-203.
4. Borovik M. Performance marketing: Make the Internet work for you / M. Borovik, G. Zagrebelny, T. Merkulovich, I. Frolkin. – M.: Alpina Digital, 2021.
5. Beryoza N. Modern trends in the development of the world and Russian market of information services / N. Bereza // IVD. – 2012. – № 2. – <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-mirovogo-i-rossiyskogorynka/informatsionnyh-uslug> (date accessed: 03.20.2020).
6. Belozеров S. The digital economy as a factor in the development of the insurance market: In Sat: International Economic Symposium-2018: Proceedings of International Scientific Conferences, 2018. – P. 75.
7. Arkadiev V., Blagikh I. Features of the «turnover» of value added tax in modern Russia // Problems of modern economy. – 2017. – № 3 (63). – P. 112-117.
8. Belozеров S., Chernova G., Kalayda S. Modern factors of development of the Russian insurance market // Insurance business. – 2018. – № 6 (303). – P. 31-35.
9. Belyaevsky I. Marketing research: A textbook, a guide to the study of the discipline, a workshop on the course, a curriculum. – M., 2019.
10. Vyazikova G. On the question of assessing the marketing activities of enterprises / G. Vyazikova, I. Yanyo // Bulletin of OSU. – 2019. – № 8 (169). – <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-otsenke-marketingovoy-deyatelnosti-predpriyatiy>.
11. Danchenok L., Nevostuev P. SMART-learning: basic principles of organizing the educational process // Open education. – 2014. – № 1.
12. Ermakov D. Features of marketing communications in the B2B market // Young Scientist. – 2018. – № 20. – P. 229-231. – <https://moluch.ru/archive/206/50414/> (date accessed: 05.08.2019).
13. Ivashkova N.I. Methodical approaches to assessing the effectiveness of marketing activities / N. Ivashkova, A. Kamsha // Marketing of services. – 2013. – № 1. – P. 14-25.
14. Blagikh I., Son L. On the question of the relationship between the savings and insurance business in pre-revolutionary Russia // Problems of the modern economy. – 2010. – № 1 (33). – P. 431-435.
15. Mayer-Schoenberger V., Kukier K. BIG DATA // More data. – <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-modeli-saas-v-rossii> (date of access: 13.04.2020).
16. Katie O'Neill, Rachel Shutt Data Science. Insider information for beginners, 2019 // Peter, 2019. – Internet advertising – Wikipedia. [Electronic resource]: Wikimedia Foundation, Inc. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82%D1%80>

D0% B5% D0% BA% D0% BB% D0% B0% D0% BC% D0% B0 (date accessed: 12.27.2020).

17. Korobkov S. Integration of internal and external information systems to improve the effectiveness of Internet marketing (for example, information technology companies): Materials of the VIII International Scientific and Practical Conference «Modern Economy: Concepts and Models of Innovative Development». – M., 2016.

18. Review of the global and Russian market for SaaS solutions in the B2B segment. [Electronic resource]. – http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzormirovogo-i-rossiyskogo-rynka-saas-resheniy-v-segmente-v2v-20150527020041.

19. Aydarova J., Pashkus N., Blagikh I. Effective strategic positioning of institutions of secondary professional education in the knowledge economy: On Sat: SHS WEB of conferences: Collection of Materials of the 19th International scientific conference. – University of Zilina, 2020.

20. Internet marketing agency: omnichannel as a basis for promotion. [Electronic resource]. – Access mode. – URL: <https://texterra.ru/search/?q=passthrough+analytics/> (23.03.2019). – Information portal «Xmedia». [Electronic resource]. – <http://www.iksmedia.ru/news/5219062-Rost-SaaSreshenij-v-Rossii-operezha.html>.

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

**SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES
IN THE CONTEXT OF THE PANDEMIC**

БРЫЛОВ А.К., магистрант факультета управления Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: andrey.brylov1@mail.ru

ХАМИДУЛЛИН Ф.Ф., д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой «Менеджмент и предпринимательство» Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: fkhamidullin@yandex.ru

BRYLOV A., master's degree student, Department of Management, the University of Management «TISBI»

E-mail: andrey.brylov1@mail.ru

KHAMIDULLIN F., doctor of Economics, Professor, head of the Department of Management and entrepreneurship, the University of Management «TISBI»

E-mail: fkhamidullin@yandex.ru

Аннотация

В данной научной статье представлены результаты проведения анализа состояния субъектов малого и среднего бизнеса на основе анонимного анкетного опроса предпринимателей г. Казань, осуществляющих свою деятельность в сфере логистики и грузоперевозок. Вопросы для анкетирования были составлены студентами, обучающимися в магистратуре Университета управления «ТИСБИ» на факультете управления. Предметом данного исследования являются множественные факторы, определяющие реальное экономическое положение субъектов предпринимательской деятельности в условиях введенных на государственном уровне ограничений. В качестве объекта исследования выступает финансово-хозяйственная деятельность представителей малого и среднего бизнеса в вышеуказанных сферах экономики. Методологической основой проведенного исследования стали труды отечественных ученых и специалистов в области предпринимательства. Основным элементом научной новизны является вывод об относительной устойчивости финансово-экономического положения субъектов малого и среднего бизнеса при условии адаптации реализуемой конкурентной стратегии к реальным сложившимся условиям деятельности во время пандемии.

Ключевые слова: *малый и средний бизнес, ограничения, доходы, стратегия развития, конкурентная среда, рыночные позиции.*

Annotation

This scientific article presents the results of the analysis of the state of small and medium-sized businesses based on an anonymous questionnaire survey of entrepreneurs of the city of Kazan. Companies are operating mainly in the field of

logistics and cargo transportation. Questions for the questionnaire were compiled by students studying at the Master's degree program of the University of Management «TISBI» at the Management Department. The subject of this study is multiple factors that determine the real economic situation of business entities in the conditions of restrictions imposed at the state level. The object of the study is the financial and economic activity of representatives of small and medium-sized businesses in the above-mentioned areas of the economy. The methodological basis of the study was the works of Russian scientists and specialists in the field of entrepreneurship. The main element of scientific novelty is the conclusion about the relative stability of the financial and economic situation of small and medium-sized businesses, subject to the adaptation of the implemented competitive strategy to the real conditions of activity during the pandemic.

Key words: *small and medium-sized businesses, restrictions, income, development strategy, competitive environment, market positions.*

Многие ученые и специалисты в области предпринимательства констатируют, что малый и средний бизнес в условиях продолжительной пандемии стал испытывать серьезные проблемы. Актуальность темы данной научной статьи обусловлена серьезными проблемами, с которыми сталкивается малый и средний бизнес во всем мире. Мы решили выяснить, каким образом пандемия повлияла на различные сферы малого и среднего бизнеса и ключевые аспекты его деятельности в г. Казань. Для этого нами была разработана специальная анкета и проведено исследование с использованием методов анонимного опроса, в ходе которого были опрошены предприниматели, занимающиеся бизнесом в течение 1-го года (18,2%), 2-х лет (36,4%), 3-х лет (36,4%) и 4-х лет (9,1%).

Основной целью нашего исследования является выяснить, насколько сильно пострадал малый и средний бизнес, как он меняется и чего ожидать казанским предпринимателям в дальнейшем.

Введение карантинных мер и перевод многих сотрудников на удаленный режим работы привели в большинстве случаев к сокращению штата сотрудников (45,5%), однако в некоторых компаниях наоборот возникла необходимость увеличения штата (27,3%), в остальных же компаниях численность штата по результатам анкетирования осталась без изменений (27,3%).



Рис. 1. Изменение количества сотрудников в компаниях

Это связано как с ростом компаний, так и с новыми должностями, необходимость в которых возникла из-за смены привычного порядка рабочей деятельности.

Конечно, введенные карантинные меры существенно повлияли на все сферы предпринимательской деятельности, поэтому они не могли не отразиться на заработной плате персонала компаний. Так, по результатам нашего опроса большинству компаний (45,5%) пришлось снизить размер заработной платы своим сотрудникам, однако есть и такие, кто, наоборот, в условиях изоляции смог повысить зарплату своим сотрудникам (27,3%); в остальных же компаниях размер заработной платы остался без изменений (27,3%). В результате проведенного исследования было выяснено, что изменения размеров заработной платы сотрудников коснулись практически всех категорий работающих.

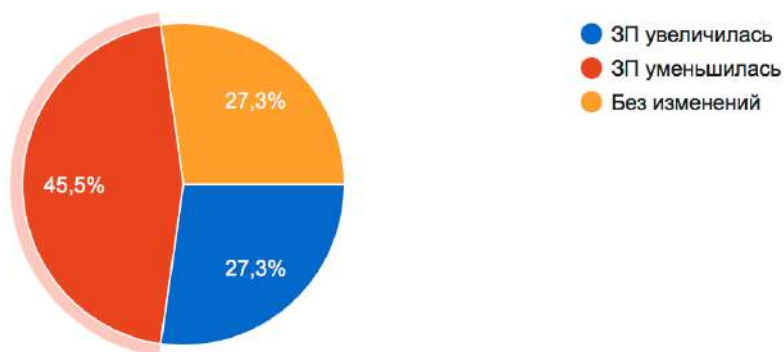


Рис. 2. Изменения размера заработной платы сотрудников

А сами предприниматели заявляют, что их доходы пострадали в большей степени. У 45,5% бизнесменов доходы сократились и лишь у 18,2% – выросли за время пандемии COVID-19, у остальных предпринимателей доходы остались без изменений – это 36,4%.

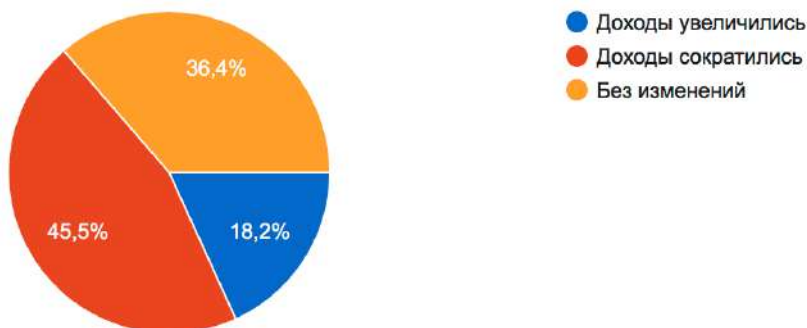


Рис. 3. Изменения доходов предпринимателей во время пандемии

Следует отметить, что за время вынужденных ограничений малый и средний бизнес действительно изменился, а дальше будет меняться еще значительно. Изменения должны коснуться, прежде всего, действующей стратегии ведения бизнеса. В ходе опроса выяснилось, что 63,6% предпринимателей только планируют пересмотр ранее принятой стратегии, а 9,1% уже сделали это, в то время как 27,3% не планируют вообще что-либо менять.

К весьма неожиданным выводам привели ответы на вопрос об изменении рыночных позиций предпринимательских фирм. Удивительно, но 54,5% опрошенных заявляют, что положение компании на рынке вследствие введенных ограничительных мер улучшилось, а у 27,3% предпринимателей, наоборот, значительно ухудшилось; остальные же 18,2% утверждают, что положение их компании на рынке в рамках осуществляемых видов деятельности практически не изменилось. Полученные данные представлены на рис. 4.

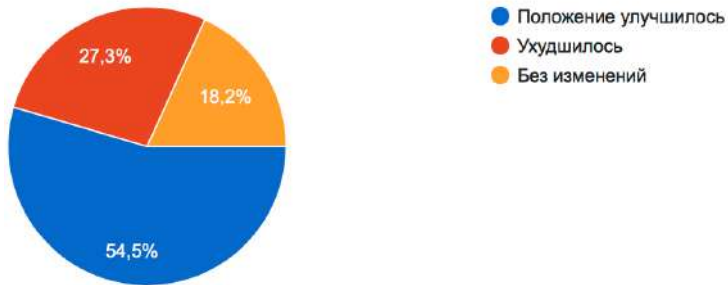


Рис. 4. Изменение положения компаний на рынке

Результаты проведенного опроса показали, что практически все представители предпринимательского сообщества наслышаны о декларируемых мерах помощи малому и среднему бизнесу со стороны государства. Так, по результатам нашего исследования 63,6% бизнесменов за время пандемии планировали обращаться за помощью к государственным органам. По мнению предпринимателей, наиболее необходимыми мерами поддержки являются льготы по кредитам, налоговые послабления и сокращение проверок. Остальные 36,4% не обращались за поддержкой к государству, поскольку не рассчитывали на ее получение из-за трудностей с оформлением необходимых подтверждений бедственного положения своих фирм.

В сложившейся экономической ситуации оптимизация бизнес-процессов является одним из наиболее важных способов адаптации к реальным непростым условиям ведения бизнеса. С этим утверждением

согласно большинство владельцев своего бизнеса (90,9%), однако есть и такие, кто с этим не согласен, – 9,1% опрошенных.

Также многие предприниматели (54,5%) отмечают усиление конкуренции в сфере своего бизнеса. Остальные же 45,5% утверждают, что не почувствовали усиления конкуренции в своей сфере.

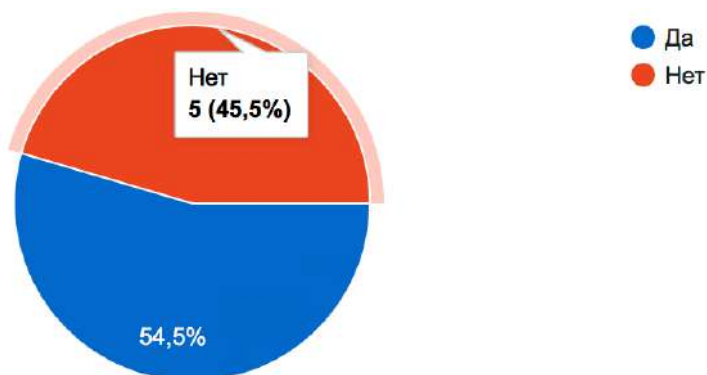


Рис. 5. Изменение уровня конкуренции в отрасли

Участники нашего исследования отмечают следующие пути решения финансовых трудностей, связанных с продолжительной пандемией COVID-19:

- перевод бизнеса в онлайн-формат;
- переход на удаленную работу;
- сокращение штата сотрудников и/или сокращение рабочего времени;
- изменение стратегии;
- глобальный пересмотр целей.

Также в ходе исследования нам удалось выделить те сферы деятельности, которые наиболее сильно пострадали от пандемии и введенных ограничений, – это туризм, развлекательная индустрия, кейтеринг, магазины и рестораны, не имеющие доставки, и фитнес-залы. Некоторые предприниматели утверждают, что наибольшие потери понесли все сферы, не связанные или имеющие слабое отношение к Интернету. И, в принципе, это так.

Таким образом, мы можем сделать следующие выводы: пандемия глобально изменила бизнес, появились новые более эффективные бизнес-модели, а старые балансируют на грани выживания и движутся в сторону банкротства.

Можно выделить такие самые явные изменения, как массовый переход на удаленную работу и перевод бизнеса в онлайн-формат. Если еще в начале пандемии не все предприниматели относились к удаленной работе серьезно, то сейчас большинство уверены, что такой фор-

мат ничуть не уступает обычному, а иногда и показывает даже лучшую эффективность. Практически все сферы бизнеса активно начали обособываться в Интернете, что определенно имеет плюсы для обывателей. Можно сказать, что в этом плане пандемия выступила в роли двигателя прогресса.

В принципе, можно сделать вывод, что даже такое страшное явление, как глобальная пандемия, принесло какие-то плюсы в нашу жизнь, изменив ее к лучшему. Возможно, не все согласятся с этим утверждением, однако сейчас мы живем в новом мире, который устроен по другим правилам и имеет другие потребности. Именно поэтому важно признать, что бизнес изменился, новые бизнес-модели показывают отличную эффективность, и в любых обстоятельствах наш мир движется вперед.

Но, конечно, нельзя судить о данном вопросе слишком обобщая, ведь сфера бизнеса все-таки является наиболее важным фактором. Также опыт и личные качества предпринимателя играют главенствующую роль, потому что справиться в таких непростых условиях может только тот человек, который способен адаптироваться под обстоятельства, постоянно работать над улучшением своего дела и никогда не стоять на месте.

**УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ РАЗВИТИЯ ФИРМЫ
С УЧЕТОМ РИСКОВ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ОПТОВЫЙ ЦЕНТР»)**

**MANAGEMENT OF THE ECONOMY OF THE COMPANY RISK BASED
DEVELOPMENT (THE CASE OF THE LLC «WHOLE SALE CENTER»)**

ГОРДЕЕВ В.В., магистрант Университета управления «ТИСБИ»

Тел.: 8(953)495-58-20

E-mail: gorvladkaz@yandex.ru

GORDEEV V., Master's degree student, the University of Management «TISBI»

Phone: 8(953)495-58-20

E-mail: gorvladkaz@yandex.ru

Аннотация

Основопологающей целью управления рисками на любом предприятии является выявление проблем и критических ситуаций задолго до того, как они сформируются и создадут проблемы в организации. Это осуществляется с тем, чтобы имелась возможность спланировать сам процесс управления рисками. Реализуя план управления рисками и рассматривая различные потенциальные риски или события до их возникновения, организация может сэкономить деньги и защитить свое будущее. Управление рисками включает в себя выявление, анализ и реагирование на факторы риска, которые составляют часть жизни бизнеса. Эффективное управление рисками означает попытку в максимально возможной степени контролировать будущие результаты, действуя на опережение. Следовательно, эффективное управление рисками дает возможность снизить как вероятность возникновения риска, так и его потенциальное воздействие.

Ключевые слова: *риски, организация, управление рисками, анализ рисков, стратегии рисков, выручка предприятия, себестоимость предприятия.*

Abstract

The fundamental goal of risk management in any enterprise is to identify problems and critical situations long before they form and create problems in the organization. This is done so that it is possible to plan the risk management process itself. By implementing a risk management plan and considering various potential risks or events before they occur, an organization can save money and protect its future. Risk management involves identifying, analyzing and responding to risk factors that form part of the life of a business. Effective risk management means trying to control future results as much as possible by proactively. Consequently, effective risk management makes it possible to reduce both the likelihood of a risk and its potential impact.

Key words: *risks, organization, risk management, risk analysis, risk strategies, enterprise revenue, enterprise cost.*

Каждый бизнес и организация в своей деятельности проходят через непредсказуемые события, которые обладают такой рискованной степенью, что это может привести к банкротству компании или, что еще хуже, к ее окончательной ликвидации. Рисковый менеджмент дает возможность предприятиям попытаться подготовиться к неожиданностям, минимизируя риски и дополнительные расходы до того, как они произойдут.

Риск-менеджмент представляет собой систему оценки риска, управления риском и финансовыми отношениями, возникающими в процессе бизнеса. Риск возможно регулировать, применяя различные методики, дающие шанс в установленном объеме давать прогноз пришествию рискованного события и своевременно осуществлять контрмеры к уменьшению степени риска. С данных позиций тематика этой статьи является весьма актуальной.

Теоретической базой данной статьи являются труды таких исследователей, как Ю.Н. Арсеньев, М.Г. Лапуста, Е.В. Цветкова и др.

Основопологающей целью управления рисками на любом предприятии является выявление проблем и критических ситуаций задолго до того, как они сформируются и создадут проблемы в организации. Это осуществляется с тем, чтобы имелась возможность спланировать сам процесс управления рисками [9].

Реализуя план управления рисками и рассматривая различные потенциальные риски или события до их возникновения, организация может сэкономить деньги и защитить свое будущее. Это связано с тем, что надежный план управления рисками поможет компании установить процедуры, позволяющие избежать потенциальных угроз, минимизировать их влияние в случае их возникновения и справляться с результатами. Данное умение осознавать и осуществлять контроль над рисками дает возможность предприятиям быть в полной уверенности в верности своих деловых решений. Кроме того, беспристрастные основы корпоративного управления, в которых акцент делается на рискованное управление, имеют все шансы осуществить помощь компании в достижении поставленных целей [4, с. 75].

Рассмотрим управление рисками на примере конкретного предприятия – ООО «Оптовый центр».

Стратегии и процессы управления рисками

Все планы управления рисками включают одни и те же этапы, которые вместе составляют общий процесс управления рисками:

– *Планирование и прогнозирование.* Необходимо смоделировать такие обстоятельства, в которых будет происходить последующая часть процесса. Следует также установить критерии, которые будут использоваться для оценки риска, и определить структуру анализа.

– *Выявление рисков.* Компания выявляет и определяет потенциальные риски, которые могут негативно повлиять на конкретный процесс или проект компании.

– *Анализ риска.* После определения конкретных типов рисков компания определяет вероятность их возникновения, а также их последствия. Цель анализа рисков – глубже понять каждый конкретный случай риска и то, как он может повлиять на проекты и цели компании.

– *Мониторинг рисков.* Часть плана смягчения последствий включает отслеживание как рисков, так и общего плана для постоянного мониторинга и отслеживания новых и существующих рисков. Следует также соответствующим образом пересмотреть и обновить общий процесс управления рисками.

– *Консультация и обратная связь.* Внутренние и внешние акционеры должны участвовать в обмене информацией и консультациях на каждом соответствующем этапе процесса управления рисками и в отношении процесса в целом [7].

После того, как конкретные риски компании определены и процесс управления рисками внедрен, существует несколько различных стратегий, которые компании могут использовать в отношении различных типов рисков:

– *Избежание риска.* Хотя полное устранение всех рисков редко возможно, стратегия предотвращения рисков предназначена для отражения как можно большего числа угроз, чтобы избежать дорогостоящих и разрушительных последствий разрушительного события.

– *Сокращение рисков.* Иногда компаниям удается уменьшить размер ущерба, который определенные риски могут нанести процессам компании. Это достигается путем корректировки определенных аспектов общего плана проекта или процесса компании либо путем сокращения его объема.

– *Разделение рисков.* Иногда последствия риска распределяются между несколькими участниками проекта или бизнес-подразделениями. Риск также может быть разделен с третьей стороной, такой как поставщик или деловой партнер [3, с. 34].

Перейдем к выявлению рисков предприятия и рекомендациям по их устранению. Для этого необходимо рассмотреть динамику основных экономических показателей (таблица 1).

В первую очередь, на предприятии ООО «Оптовый центр» имеется риск неэффективного использования ресурсов в процессе реализации продукции по причине возросших издержек на реализацию товаров из стекла и керамики; по этой причине резко увеличилась себестоимость реализованной продукции.

Таблица 1. Динамика основных экономических показателей ООО «Оптовый центр» за период 2018-2020 гг. [8]

Показатели	2018	2019	2020	2019/2018		2020/2019	
				Абсол. изменение	Темп роста, %	Абсол. изменение	Темп роста, %
Выручка от реализации, тыс. руб.	411 216	448 320	603 106	+37 104	+9	+154 786	+34,5
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	321 938	304 851	431 954	-17 087	-5,3	+ 127 103	+41,7
Прибыль от реализации, тыс. руб.	8 290	17 022	30 501	+8 732	+105	+ 13 479	+79
Чистая прибыль, тыс. руб.	6 239	8 564	22 148	+2 325	+37	+13 584	+159

Таблица 2. Бухгалтерский баланс ООО «Оптовый центр» [10]

I. Внеоборотные активы	Код	2018	2019	2020
Нематериальные активы	1110	0	0	0
Основные средства	1150	4920	2783	8974
Финансовые вложения	1170	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	222	210	3403
Итого по разделу I	1100	5142	2993	12377
II. Оборотные активы				
Запасы	1210	99831	136864	109556
НДС по приобретенным ценностям	1220	1187	741	934
Дебиторская задолженность	1230	23862	21274	24721
Финансовые вложения	1240	0	210	1066
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	3401	929	23516
Итого по разделу II	1200	128295	160018	160125
БАЛАНС	1600	133437	163011	172502
III. Капитал и резервы				
Уставный капитал	1310	10	10	10
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	12369	20977	46004
Итого по разделу III	1300	12379	20987	46014
IV. Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	1410	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0
Оценочные обязательства	1430	0	0	0
Прочие обязательства	1450	0	0	0
Итого по разделу IV	1400	0	0	0
V. Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	1510	4150	0	8231
Кредиторская задолженность	1520	116283	141193	118257
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0
Оценочные обязательства	1540	625	831	0
Прочие обязательства	1550	0	0	0
Итого по разделу V	1500	121058	142024	126488
БАЛАНС	1700	133437	163011	172502

Во-вторых, анализируя баланс предприятия (таблица 2), можно заметить, что на предприятии имеется высокий уровень кредиторской задолженности. Если не принять меры, способствующие понижению кредиторской задолженности, может возникнуть риск возрастающей за-

висимости от заемных средств кредиторов, что негативно окажется на финансовом состоянии предприятия.

Рекомендации по устранению рисков предприятия ООО «Оптовый центр»

С целью сокращения себестоимости продаж можно сократить количество складов на производство продукции на 20% и увеличить реализацию продукции через Интернет путем выхода на такие крупные Интернет-магазины, как Ozon или Amazon. Существуют организации, которые могут помочь продать товар на различных Интернет-площадках и взять на себя все связанные с этим рутинные действия за небольшую комиссию. Например, seller24.ru предлагает различные тарифы сотрудничества с крупнейшими маркетплейсами, такими как Ozon, Wildberries, Яндекс-Маркет и др., – от 0 руб./мес. до 9000 руб./мес. в зависимости от тарифа [6].

Применительно к данной организации оптимальным мероприятием будет изменение кредитной политики предприятия по уменьшению суммы кредиторской задолженности.

По установленным стандартам кредитная политика на предприятиях принимается, в большинстве случаев, на один год, по завершении которого корректируются цели и задачи, общепринятые стандарты, методика и условия. Тем не менее, по причине имеющейся большой суммы удельного веса дебиторской и кредиторской задолженности предприятия ООО «Оптовый центр» на 2020 г. это является предпосылкой к изменению кредитной политики организации, что означает потребность применить несколько довольно результативных методик рефинансирования дебиторской задолженности, позволяющих обратно выкупить часть денежных средств за оказанные услуги.

Например, имеется возможность по реализации собственной дебиторской задолженности коллекторским агентствам. Для исполнения данного мероприятия следует воспользоваться услугами коллекторских агентств с целью заключения договора по реализации просроченной дебиторской задолженности. Коллекторские агентства обслуживают долги предприятий путем их сбора.

Преобладающая часть коллекторских агентств собирает долги, выплачивая вознаграждение. В зависимости от типа взыскиваемой агентством задолженности сумма вознаграждения колеблется в установленных пределах от 10 до 50%. Вслед за этим предприятие оцененную по условиям соглашения и уплаченную сумму вознаграждения при налогообложении прибыли может учесть, как затраты на основе утвержденного акта об оказании услуг по взысканию с должников просроченной задолженности (Письма Минфина России от 30.07.2009 г. № 03-03-06/1/503, от 13.02.2007 г. № 03-03-06/2/24 и от 30.07.2009 г. № 03-03-06/1/503).

В бухгалтерском учете отмеченная сумма признается затратами двух видов:

– по обычным видам деятельности и отображается на счетах учета затрат согласно последующим списаниям на счет продаж (п. 5 ПБУ 10/99);

– или прочими расходами со списанием на счет прочих расходов (п. 11 ПБУ 10/99).

Все вышеперечисленные мероприятия по оптимизации методики расчетов при рациональном их использовании принесут предприятию положительный экономический эффект. Данный эффект будет проявляться в уменьшении сумм аккумулированных обязательств перед кредиторами посредством более качественной и организованной работы с дебиторами, которая и заключается в употреблении целого ряда методов по оптимизации ее величины.

Заключение

В данной статье было рассмотрено управление рисками на примере предприятия ООО «Оптовый центр». Сначала были рассмотрены этапы управления рисками, затем стратегии управления рисками, а после этого проанализированы основные экономические показатели предприятия и баланс ООО «Оптовый центр», которые выявили риски данного предприятия. Проанализировав риски, мною были даны рекомендации по их устранению и улучшению финансового состояния предприятия.

Рыночные предприятия сталкиваются с большим количеством рисков, которые имеют все шансы оказать влияние на их выживание и развитие. Вследствие этого необходимо понимать основные тенденции управления рисками и то, как их можно применять для смягчения воздействия рисков на хозяйствующие субъекты [1, с. 405].

Литература:

1. Арсеньев Ю.Н. Управление рисками. – М.: Высш. шк., 2017. – 420 с.
2. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 301 с.
3. Бухгалтерский баланс предприятия ООО «Оптовый центр» за 2018-2020 гг.
4. Воронцовский А.В. Управление рисками: Учебное пос. для студентов вузов. – СПб.: ОЦЭиМ, 2018. – 482 с.
5. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности // Финансы и Статистика. – 2018. – № 9. – С. 32-39.
6. Ельшин Л.А. Построение среднесрочного прогноза развития экономики Республики Татарстан в пандемийный и постпандемийный периоды // Вестник «ТИСБИ». – 2020. – № 3. – С. 30-31.

7. Цветкова Е.В., Арлюкова И.О. Риски в экономической деятельности. – СПб., 2018. – С. 70-78.

8. Rusprofile.ru – ООО «Оптовый центр». [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – URL: <https://www.rusprofile.ru/id/10477315>.

9. Оценка рисков и рекомендации по совершенствованию управления ими в деятельности предприятия. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – URL: https://otherreferats.allbest.ru/management/00131570_0.html.

10. Интерфакс международная информационная группа СПАРК. [Электрон. ресурс]. – Электрон. дан. – URL: <https://www.spark-interfax.ru/respublika-tatarstan-kazan/ooo-optovy-tsentr-inn-1659171610-ogrn-1161690100604-94615ead509d4ddfbf5b48570a426d04>.

References:

1. Arseniev Yu. Management of risks. – M.: Higher. sch., 2017. – 420 p.

2. Balabanov I. Risk management. – M.: Finance and statistics, 2019. – 301 p.

3. Balance sheet of the company «Wholesale Center» for 2018-2020.

4. Vorontsovsky A. Management of risks: Textbook. Manual for university students. – SPb., 2018. – 482 p.

5. Lapusta M., Sharshukova L. Business risks // Finance and Statistics. – 2018. – № 9. – P. 32-39.

6. Elshin L. Building a mid-term forecast for the development of the economy of the Republic of Tatarstan in the pandemic and post-pandemic periods // Bulletin «TISBI». – 2020. – № 3. – P. 30-31.

7. Tsvetkova E., Arlyukova I. Risks in economic activity. – St. Petersburg, 2018. – P. 70-78.

8. Rusprofile.ru – Wholesale Center LLC. [Electronic resource]. – Electron. Dan. – URL: <https://www.rusprofile.ru/id/10477315>.

9. Assessment of risks and recommendations for improving their management in the activities of the enterprise. [Electronic resource]. – Electron. Dan. – URL: https://otherreferats.allbest.ru/management/00131570_0.html.

10. Interfax international information group SPARK. [Electronic resource]. – Electron. Dan. – URL: <https://www.spark-interfax.ru/respublika-tatarstan-kazan/ooooptovy-tsentr-inn-1659171610-ogrn-1161690100604-94615ead509d4ddfbf5b48570a426>.

СОСТОЯНИЕ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В ПЕРИОД КРИЗИСА

THE STATE OF THE BANKING SECTOR DURING THE CRISIS

ГУЗАИРОВА Э.Р., магистрант кафедры «Ценные бумаги и финансовый инжиниринг» Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: e-guzairova@mail.ru

СВИРИНА А.А., д-р экон. наук, профессор кафедры «Ценные бумаги и финансовый инжиниринг» Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: anna.svirina@list.ru

GUZAIROVA E., Master's student, the Department «Securities and financial engineering», the University of Management «TISBI»

E-mail: e-guzairova@mail.ru

SVIRINA A., Doctor of Economic Sciences, professor, the department «Securities and financial engineering», the University of Management «TISBI»

E-mail: anna.svirina@list.ru

Аннотация

Объектом исследования является состояние банковского сектора в России в момент кризиса и в посткризисный момент. Был сделан вывод о том, что количество банков заметно сократится ввиду разных причин, что может негативно сказаться на будущем развитии банковского сектора, так как произойдет монополизация рынка. В то же время нужно избавляться от малоэффективных банков, нередко нарушающих законодательство РФ, а также возможность развития слияний и поглощений банков.

Ключевые слова: Банк России, банковская система, кризис, банковская лицензия, коронавирус, банковская деятельность, санкции.

Abstract

The object of the research is the current state of the banking sector at the time of the crisis and in the post-crisis moment. It was concluded that the number of banks will noticeably decrease, due to various reasons, which may negatively affect the future development of the banking sector, as the market will be monopolized. At the same time, it is necessary to get rid of ineffective banks, which often violate the legislation of the Russian Federation, as well as the possibility of developing mergers and acquisitions of banks.

Key words: Bank of Russia, banking system, crisis, banking license, coronavirus, banking, sanctions.

По мнению главы рейтингового агентства «АКРА» Михаила Сухова, к 2023 г. с рынка могут уйти около сотни кредитных организаций. По предположению экс-зампреда ЦБ многие банки закроются добровольно и без вмешательства Центробанка [10].

М. Сухов пояснил, что из-за снижения ставок, коронакризиса, а также потери рентабельности, акционеры многих банков понимают, что сохранять убыточный банк – бесперспективно и проще сдать лицензию, отметив, что ЦБ не справляется со сдерживанием этого процесса [9].

По его словам, более десятка банков присоединятся к более крупным.

С данными утверждениями согласна одна из крупнейших консалтинговых компаний мира – MCKinsey, аналитики которой еще до появления пандемии говорили об уменьшении более половины банков в мире, предупредив о том, что мировая финансовая индустрия столкнулась с циклическим спадом, а на фоне пандемии ситуация еще более ухудшилась.

Условия при которых ЦБ РФ обязан отозвать лицензию	Условия, при которых можно, но не обязательно отзывать лицензию
достаточность капитала кредитной организации становится ниже 2%	выявлена недостоверность сведений, на основании которых выдана указанная лицензия;
размер собственных средств меньше минимального значения уставного капитала, установленного на дату государственной регистрации (норма не применяется к кредитным организациям в течение первых двух лет со дня выдачи лицензии)	задержано начало осуществления банковских операций, предусмотренных лицензией, более чем на один год со дня ее выдачи
если кредитная организация не исполняет в срок требования Банка России о приведении в соответствие величины уставного капитала и размера собственных средств	выявлены факты существенной недостоверности отчетных данных;
	задержано более чем на 15 дней представление ежемесячной отчетности
если кредитная организация неспособна удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам или исполнить обязанность по исполнению платежей в течение 14 дней с даты наступления их срока. При этом указанные требования в совокупности должны составлять не менее тысячекратного размера минимального размера оплаты труда	неисполнение федеральных законов и нормативных актов, которые регулируют банковскую деятельность, если в течение одного года к кредитной организации неоднократно применялись меры, предусмотренные федеральным законом, а также неоднократное нарушение в течение одного года требований ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [2]
если банк допустил сокращение размера капитала до уровня ниже минимального размера собственных средств, установленного Центральным банком и рассчитанного по его методике.	неисполнение кредитной организацией, которая является управляющим ипотечным покрытием, требований Федерального закона «Об ипотечных ценных бумагах» и нормативных правовых актов, а также не устранение нарушений в установленные сроки, если в течение одного года к кредитной организации неоднократно применялись меры, предусмотренные ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» [3].

Рис. 1. Меры Центрального Банка РФ

Для поддержания экономики многие ЦБ снизили процентные ставки. Банкам выгодны высокие ставки, позволяющие выдавать более дорогие кредиты, низкие же сводят прибыль к минимуму. Соответственно, банки теряют рентабельность и ликвидность.

Для отзыва банковской лицензии, согласно Федеральному закону «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г. № 395-1, существует два списка оснований для применения санкции Центральным Банком: когда он однозначно обязан и когда он может это сделать.

Данные условия приведены на рис. 1.

Такая кредитная организация должна быть ликвидирована. Проводится, при достаточности средств, добровольная ликвидация, а при недостаточности – процедура банкротства [7].

На основании опыта предыдущих кризисов при исследовании банков были сделаны следующие вывод [4]:

1. Процедуры постоянного контроля не позволяют оценить предстоящее банкротство.

2. Способ организации банковских банкротств дает третьим сторонам возможность предотвращать эффективную продажу активов банка, игнорируя при этом необходимость введения соответствующей процедуры.

3. Деятельность по регулированию банкротств банков находится в столице, поэтому увеличиваются расходы на проведение банкротств [5].

По мнению директора Департамента обеспечения банковского надзора Банка России А.С. Данилова, количество убыточных банков не сильно возросло, а те, кто стали таковыми, – небольшие банки, входящая доля которых меньше 3% активов сектора.

Также хотя количество хронически убыточных банков в связи с пандемией может возрасти, вряд ли это будет существенно, особенно учитывая то, что банки маленькие и их доля, занимаемая от активов сектора, несущественная.

С начала 2020 г. 7 банков подали в Центробанк ходатайства о самоликвидации [6]. Для сравнения: в 2019 г. таких случаев было всего три за целый год, в 2018 г. – шесть.

По данным ЦБ на 1 сентября 2020 г. в России функционировало 417 кредитных организаций, чья прибыль с начала года составила 1,15 трлн. руб. Это на 10% меньше, чем годом ранее [7].

Исходя из рис. 2, можно сделать вывод, что несмотря на рост ликвидированных банков в 2020 г., банков с отзывными лицензиями становится меньше. Основными причинами отзыва лицензий являются:

1. Рискованная кредитная политика, недостаточность резервирования и неадекватная оценка активов и залогов.

2. Несоблюдение требований законодательства в области противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

3. Проведение сомнительных и теневых операций.

Исходя из мнений экспертов и ситуации в стране, можно сделать вывод, что тенденция отзыва лицензий банков сохранится еще на несколько лет и будет ликвидировано большое количество коммерческих банков (в основном останутся государственные банки).

Такая ситуация неоднозначна. Плюс такого банка – стабильность и надежность, поддержка со стороны государства даже в кризисный период.

Одним из минусов можно считать снижение конкуренции, соответственно, произойдет повышение монополий на рынке банковских услуг. Данный факт является большим негативным последствием для экономики страны.

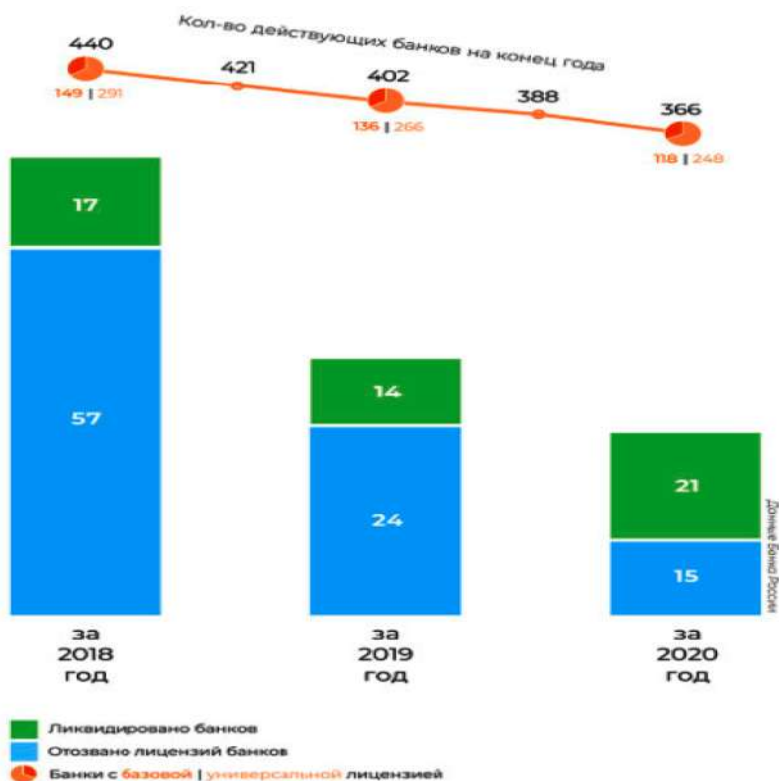


Рис. 2. Статистика действующих и ликвидированных банков

Хотя существует мнение о том, что банковский сектор лучше всех «пережил» кризис 2020 г., чем вся остальная экономика. Председатель правления банка «Открытие» отметил, что по сравнению с кризисом

2015 г., когда после девальвации и последующего спада экономики именно финансовый сектор сократился на 7%, как и экономика в целом, в 2020 г. падение произошло во всех секторах экономики, кроме финансов и здравоохранения.

Можно сказать, что такая устойчивость банковского сектора в период кризиса была обеспечена мерами господдержки. И даже отмена временных регуляторных послаблений в будущем не остановит рост банковского сектора в ближайшей перспективе. Также возможные антироссийские санкции не смогут существенно повлиять на банковский сектор.

В 2018 г. ЦБ РФ ввел несколько инструментов в целях достаточности капитала кредитных организаций: это надбавка к коэффициентам риска и национальная антициклическая надбавка.

И сейчас многие банки поняли важность идеи так называемой «подушки» капитала на случай возникновения таких ситуаций в стране, так как именно данные инструменты дали возможность банкам «чувствовать» себя более уверенно и спокойно создавать дополнительные резервы без риска для нормативов по капиталу.

Также было внедрено надзорное стресс-тестирование, которое позволяет оценить банк на устойчивость к кризисным явлениям. Самым главным эффектом от данного инструмента является то, что сам банк тестирует и предоставляет результаты регулятору, тем самым сам понимает и дает себе оценку.

Помимо господдержки, которая позволила быстро адаптироваться к новым условиям и ограничениям, введенным из-за пандемии, важным фактором является цифровизация банковских услуг.

Это большой плюс, позволяющий существенно снизить посещаемость банков, оптимизировать количество отделений и расходов на их содержание. При этом здесь можно найти и главный отрицательный момент – увольнение сотрудников, соответственно, снижение занятости населения.

В целом банковский сектор неплохо справляется с ситуацией. Несмотря на наличие негативных моментов, государство сумело принять необходимые меры не только для роста, но и для стабилизации банковского сектора и экономики в целом, учитывая прошлый опыт предыдущих кризисов.

Литература:

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г. № 395-1 (послед. ред.).
2. Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ (послед. ред.).

3. Федеральный закон «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 г. № 86-ФЗ (послед. ред.).

4. Вестник «ТИСБИ». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tisbi.ru/files/prod/home/nauka/vestnik-tisbi/f7998cb61820cafd1fe118168356c89c.pdf>.

5. Вестник «ТИСБИ». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tisbi.ru/files/prod/home/nauka/vestnik-tisbi/1d2e96f2cf0738f30144b7fefe4aca72.pdf>.

6. Ликвидация кредитных организаций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/banking_sector/likvidbase/.

7. Секрет фирмы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://secretmag.ru/news/cb-ne-spravlyaetsya-v-rossii-prigotovilis-k-zakrytiyu-sotni-bankov.htm>.

8. РБК. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finance/23/09/2020/5f6ab4529a7947a486e77c41>.

9. Российская газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/08/24/eksperty-prognoziruiut-velichenie-chisla-otzyvov-licenzij-u-bankov.html>.

10. Российская газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/09/23/akra-prognoziruet-zakrytie-pochti-100-bankov-za-tri-goda.html>.

References:

1. Federal Law «On Banks and Banking Activities» dated 02.12.1990 № 395-1 (last edition).

2. Federal Law «On Counteracting Legalization (Laundering) of Criminally Obtained Incomes and Financing of Terrorism» dated 07.08.2001 № 115-FZ (last edition).

3. Federal Law «On the Central Bank of the Russian Federation (Bank of Russia)» dated 10.07.2002 № 86-FZ (last edition).

4. Bulletin «TISBI». [Electronic resource]. – Access mode: <https://tisbi.ru/files/prod/home/nauka/vestnik-tisbi/f7998cb61820cafd1fe118168356c89c.pdf>.

5. Bulletin «TISBI». [Electronic resource]. – Access mode: <https://tisbi.ru/files/prod/home/nauka/vestnik-tisbi/1d2e96f2cf0738f30144b7fefe4aca72.pdf>.

6. Liquidation of credit organizations. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.cbr.ru/banking_sector/likvidbase/.

7. The secret of the firm. [Electronic resource]. – Access mode: <https://secretmag.ru/news/cb-ne-spravlyaetsya-v-rossii-prigotovilis-k-zakrytiyu-sotni-bankov.htm>.

8. RBK. [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.rbc.ru/finances/23/09/2020/5f6ab4529a7947a486e77c41>.

9. Russian newspaper. [Electronic resource]. – Access mode: <https://rg.ru/2020/08/24/eksperty-prognoziruiut-velichenie-chisla-otzyvov-licenzij-u-bankov.html>.

10. Russian newspaper. [Electronic resource]. – Access mode: <https://rg.ru/2020/09/23/akra-prognoziruet-zakrytie-pochti-100-bankov-za-tri-goda.html>.

УДК 378

**УПРАВЛЕНИЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ МОДУЛЯ ИСУ ВУЗ
«КОНСТРУКТОР КУРСОВ»**

**LIFE-CYCLE MANAGEMENT OF THE UNIVERSITY
INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT MODULE
«COURSE DESIGNER»**

ФЕДОРОВА О.В., канд. пед. наук, доцент Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: fiodorova_olga@rambler.ru

ЧЕРНЫХ Е.Д., магистрант Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: e.d.muhlberg@gmail.com

ПЕТРУНЬКИН Т.В., магистрант Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: petrunkin@innostage-group.ru

FEDOROVA O., PhD, the University of Management «TISBI»

E-mail: fiodorova_olga@rambler.ru

CHERNYKH E., a Master's Degree student, the University of Management «TISBI»

E-mail: e.d.muhlberg@gmail.com

PETRUNKIN T., a Master's Degree student, the University of Management «TISBI»

E-mail: petrunkin@innostage-group.ru

Аннотация

Целью данной статьи является описание жизненного цикла модуля ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов». Конструктор курсов разрабатывается для реализации удобного сервиса по созданию и просмотру электронных курсов. Потребителю контента будет удобно просматривать информацию, оценивать и оставлять свои вопросы, а создателю контента удобно работать с инструментом по созданию курсов, лекций и учебников.

Ключевые слова: конструктор курсов, информационная система, жизненный цикл, техническое задание, управление жизненным циклом, модель жизненного цикла.

Abstract

The purpose of this article is to describe the life-cycle of the University ISU module «Course Designer». The course builder is being developed to implement a convenient service for creating and viewing e-courses. It will be convenient for a content consumer to view information, rate and leave their questions, while a content creator will find it convenient to work with a tool for creating courses, lectures and textbooks.

Key words: *course designer, information system, lifecycle, terms of reference, lifecycle management, lifecycle model.*

Модель жизненного цикла – это структура, которая определяет взаимосвязь между процессами и последовательность их выполнения, а также все задачи и действия, выполняемые в течение жизненного цикла информационной системы.

Спиральная модель была выбрана для реализации ИСУ ВУЗ модуля «Конструктор курсов». Особое внимание в данной модели уделяется начальным этапам разработки – анализу и проектированию. Именно на этих этапах обосновывается целесообразность технологических решений на основе макетов.

Главной особенностью данной модели является внимание к возможным рискам, влияющим на жизненный цикл.

Наиболее распространенными рисками при внедрении модуля ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов» являются: нехватка специалистов; изменение состава рабочей группы; внедрение ненадлежащего функционала; изменение бюджета и сроков реализации проекта; расширение функциональных требований в процессе реализации проекта; недостаточная поддержка со стороны пользователей системы.

Большая часть этих рисков связана с организацией работы специалистов в команде и их взаимодействием в проекте. В каждом витке есть сектор с оценкой и разрешением рисков.

Модуль ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов» – это функциональный элемент, который является удобным инструментом для преподавателя университета для создания электронных учебников и лекций.

В рамках проекта автоматизации выделены следующие назначения модуля ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов»: автоматизация размещения электронных учебников и лекций в системе ИСУ ВУЗ; удобный инструмент для создания электронных учебников и лекций; удобный просмотр учебников и лекций для студента университета; обратная связь с пользователями; сбор статистики по просмотру электронных учебников и лекций.

Цели создания модуля ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов»: удобство использования ИС преподавателями и студентами университета; замена бумажных носителей на электронные носители; повышение доступности учебников и лекций; получение обратной связи от студентов; проведение студенческого тестирования.

Система должна соответствовать своим целям и задачам. Конструктор курсов должен быть удобным и интуитивно понятным как для преподавателя, так и для студента.

Архитектура модуля ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов» должна основываться на архитектуре клиент-сервер.

Сервер баз данных должен обеспечивать: автоматическое конфигурирование; своевременное выполнение запроса; инструменты для резервного копирования и дублирования данных в случае сбоя; ведение журнала транзакций.

Сервер приложений должен обеспечивать многопоточную обработку запросов, поступающих через веб-сервер, формирование пользовательских интерфейсов, а также успешное взаимодействие модулей ИС.

Веб-сервер в рамках сетевого взаимодействия должен обеспечивать передачу данных по протоколу HTTP в режиме «запрос-ответ» (получение запросов пользователей и передача ответа в виде соответствующей информации, обрабатываемой серверами приложений).

ИС должна обеспечивать возможность работать в следующих известных браузерах: Mozilla Firefox, Google Chrome и Opera.

Технические средства модуля ИСУ ВУЗ «Конструктор курсов» должны включать в себя следующие компоненты: серверное оборудование; активное и пассивное сетевое оборудование; оборудование для клиентских рабочих станций; средства резервного копирования; источник бесперебойного питания.

Для технической поддержки базового уровня информационной безопасности система должна обеспечивать защиту от несанкционированного доступа (НСД). Средства защиты от НСД (антивирусная защита, криптографическая защита, технология электронной цифровой подписи и т.д.) должны обеспечивать: идентификацию пользователей, контроль доступа, конфиденциальность информации, закрытой для публичного доступа, целостность и доступность информации. В силу необходимости предусмотрено расширение этих защитных механизмов.

Этапы разработки модуля Университета ИГУ «Курсовой дизайнер»:

Шаг 1. Составление ТЗ на создание ИС.

Шаг 2. Разработка программного обеспечения ИС и рабочей документации.

Этап 3. Ввод в эксплуатацию: подготовка ИС к пилотным мероприятиям.

Шаг 4. Сопровождение ИС, послегарантийное обслуживание.

После завершения работ по созданию ИС должны быть подготовлены следующие документы: исследование и обоснование создания ИС. Пояснительная записка о результатах обследования; ТЗ; комплект рабочей документации в соответствии с ГОСТ 34,201-89; ввод в действие; акт сдачи-приемки.

Необходимо выполнить следующие виды испытаний:

- предварительные испытания;
- опытная эксплуатация;
- приемочные испытания.

Приемка результатов выполнения работ оформляется актами сдачи-приемки. Техническая и эксплуатационная документация и другие результаты работ передаются заказчику после завершения соответствующего этапа работ. В рамках предварительных испытаний необходимо протестировать сборку инсталляционного комплекса из исходных кодов и провести проверки развертывания ИС из инсталляционного комплекта.

В случае значительного отклонения системы от требований, предъявляемых на испытаниях, сроки проведения испытаний могут быть перенесены.

Программные компоненты разработанного программного обеспечения передаются заказчику по лицензии по соглашению сторон. Тип лицензии является бессрочным.

Таким образом, на примере ИС «Конструктор курсов» был описан жизненный цикл ИС. Поставленные цели и задачи выполнены. Описана модель жизненного цикла ИС «Конструктор курсов», выделены возможные риски и проблемы.

Литература:

1. Гвоздева Т.В. Проектирование информационных систем / Т.В. Гвоздева, Б.А. Баллод. – М.: Феникс, 2017.
2. Грекул В.И., Денищенко Г.Н., Коровкина Н.Л. Проектирование информационных систем. Курс лекций: Учебное пос. для студентов вузов, обучающихся по специальностям в области информационных технологий. – Изд. Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Вузовское образование, 2017.
3. Долганова О.И., Виноградова Е.В., Лобанова А.М. Моделирование бизнес-процессов: Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2016.
4. Исаева Г. Теоретико-методологические основы качества информационных систем, 2018.
5. Остервальдер А., Пинье Ив. Построение бизнес-моделей, 2019.
6. Таренко Л.Б. Требования к подготовке современного специалиста в области информационных технологий // Вестник «ТИСБИ». – 2017. – № 2.
7. Федорова О.В. Из опыта организации и проведения учебной практики магистров: В сб.: Предпринимательская деятельность в поведенческой экономике: формы реализации и механизмы обеспечения: Материалы Ежегодной Всеросс. науч.-практ. конф. / Под ред. Н.М. Прусс, А.Н. Грязнова, 2019.
8. Федорова О.В. Направление работы центра цифровых образовательных технологий Университета управления «ТИСБИ»: В сб.: Наука, образование: предпринимательская деятельность в поведенческой экономике, формы реализации и механизмы обеспечения: Материалы Национальной науч.-практ. конф. / Под ред. Н.М. Прусс, А.Н. Грязнова, 2020.
9. Чистов Д.В., Мельников П.П. Проектирование информационных систем: Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2016.

10. Шёнталер Ф., Фоссен Г., Обервайс А., Карле Т. Бизнес-процессы. Языки моделирования, методы, инструменты, 2019.

References:

1. Gvozdeva T. Design of information systems / T. Gvozdeva, B. Ballod. – М.: Feniks, 2017.
2. Grekul V., Denishchenko G., Korovkina N. Design of information systems. A course of lectures: Textbook for university students studying in the field of information technology. – Ed. Internet University of Information Technologies (INTUIT), Higher Education, 2017.
3. Dolganova O., Vinogradova E., Lobanova A. Modeling of business processes: Textbook and workshop. – М.: Yurayt Publishing House, 2016.
4. Isaeva G. Theoretical and methodological foundations of the quality of information systems, 2018.
5. Osterwalder A., Pinier Yves. Building business models, 2019.
6. Tarenko L. Requirements for the training of a modern specialist in the field of information technologies // Vestnik «TISBI». – 2017. – № 2.
7. Fedorova O. From the experience of organizing and conducting educational practice of masters: In the collection: Entrepreneurial activity in the behavioral economy: forms of implementation and mechanisms of support: Materials of the Annual All-Russian Scientific and Practical Conference / Edited by N.M. Pruss, A.N. Gryaznov, 2019.
8. Fedorova O. Direction of the work of the Center for Digital Educational Technologies of the University of Management «TISBI»: In the collection: Science, education: entrepreneurial activity in the behavioral economy, forms of implementation and mechanisms of support: Materials of the National Scientific and Practical Conference / Edited by N.M. Pruss, A.N. Gryaznov, 2020.
9. Chistov D., Melnikov P. Design of information systems: Textbook and workshop. – М.: Yurayt Publishing House, 2016.
10. Schenthaler F., Fossen G., Oberweis A., Carle T. Business processes. Modeling languages, methods, tools, 2019.

**МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫЕ И ВНУТРИГОСУДАРСТВЕННЫЕ
ПРОБЛЕМЫ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВ В СТАТУТЕ
МЕЖДУНАРОДНОГО УГОЛОВНОГО СУДА
(НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
И РЕСПУБЛИКИ КОТ-Д'ИВУАР)**

**INTERNATIONAL AND DOMESTIC LEGAL PROBLEMS
OF STATE PARTICIPATION IN THE ROME STATUTE
OF THE INTERNATIONAL CRIMINAL COURT
(WITH SPECIAL REFERENCE TO THE RUSSIAN FEDERATION
AND THE REPUBLIC OF COTE D'IVOIR)**

ДРО Д.Х., профессор Университета им. Жана Луриныона Геде, г. Дуала, Республика Кот-д'Ивуар

МЕЗЯЕВ А.Б., д-р юрид. наук, профессор кафедры конституционного и международного права Университета управления «ТИСБИ»

DRO D., Professeur de L'Universite de Jean Lorougnon Guede of Daloa, Cote d'Ivoire

MEZYAEV A., Doctor of Law, Professor of the Department of Constitutional and International Law, the University of Management «TISBI»

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы, связанные со взаимодействием государств с Международным уголовным судом. Данный вопрос анализируется на примере двух государств, которые представляют авторы статьи: Российской Федерации и Республики Кот-д'Ивуар. Авторы показывают, что в деятельности всех органов Международного уголовного суда, в частности прокуратуры и судебных палат различного уровня, имеют место системные проблемы, связанные с политическим характером обвинений. Данные проблемы наносят разрушительный удар по правовой деятельности Международного уголовного суда и дискредитируют идею международной юстиции в целом. Анализ опыта взаимодействия с МУС различных государств, в том числе Республики Кот-д'Ивуар, убедительно доказывает, что решение Российской Федерации отозвать свою подпись под Римским Статутом Международного уголовного суда является обоснованным и отвечает национальным интересам России.

Ключевые слова: международная юстиция, Международный уголовный суд, международное право, правовая система, имплементация международного права.

Abstract

The article discusses issues related to the interaction of states with the International Criminal Court. This issue is analyzed on the example of two states represented by the authors of the article: the Russian Federation and the Republic of

Côte d'Ivoire. The authors show that in the activities of all bodies of the International Criminal Court, in particular, the prosecutor's office and judicial chambers of various levels, there are systemic problems associated with the political nature of the charges. These problems have a devastating effect on the legal activity of the International Criminal Court and discredit the idea of international justice in general. An analysis of the experience of interaction with the ICC of various states, including the Republic of Côte d'Ivoire, convincingly proves that the decision of the Russian Federation to withdraw its signature under the Rome Statute of the International Criminal Court is justified and meets the national interests of Russia.

Key words: *international justice, International Criminal Court, international law, legal system, implementation of international law.*

Глобализация международных отношений охватывает практически все сферы современной жизни, в том числе развитие международного права [4, с. 534-535; 7, с. 118]. Одним из ярких примеров такого развития является формирование международной уголовной юстиции, в частности, создание Международного уголовного суда.

Статут Международного уголовного суда (МУС) был разработан и подписан на Римской дипломатической конференции в июле 1998 года [5, с. 493]. Российская Федерация принимала участие в разработке текста Статута, однако на заключительном заседании дипломатической конференции Россия при голосовании воздержалась. Двумя годами позднее Статут Международного уголовного суда, тем не менее, был все-таки подписан. 13 сентября 2000 г. по предложению Министерства иностранных дел Российская Федерация дала предварительное согласие на обязательность для нее данного международного договора.

В конце 1990-х – начале 2000-х гг. в Российской Федерации начался активный процесс имплементации норм международного уголовного права во внутригосударственную правовую систему [2, с. 104]. Тем не менее, несмотря на значительные усилия со стороны определенных государств и международных организаций, оказывавших постоянное давление, Российская Федерация Статут Международного уголовного суда так и не ратифицировала. Предложения о ратификации неоднократно представлялись в Государственную Думу РФ, но голосования по ним не проводились.

Среди аргументов против ратификации чаще всего выдвигались утверждения о том, что некоторые положения Статута МУС не соответствуют положениям национального права России. Это утверждение имеет серьезные основания. Прежде всего, обращает на себя внимание несоответствия между положениями Конституции РФ и такими положениями Статута МУС, как ст. 89 (передача лиц Суду), ст. 27 (недопустимость ссылки на должностное положение), ч. 3 ст. 20 (исключения из принципа запрета привлечения к ответственности за одно и то же преступление дважды) и ряд других. Специалисты справедливо отмечали,

что ратификация Статута МУС в России без изменений основного закона России невозможна [3, с. 559].

Не осуществляя ратификацию Статута МУС, Россия, тем не менее, участвовала в деятельности Суда в качестве наблюдателя. Так, она принимала участие в работе Ассамблеи государств – участников Статута, выступала на них, а также принимала участие в конференции по внесению изменений в Статут МУС. Кроме того, Российская Федерация дважды голосовала в Совете Безопасности ООН за передачу ситуаций в ряде государств прокурору МУС.

Наконец, следует отметить факт активного сотрудничества России с МУС по передаче ситуации в Грузии в августе 2008 г. Россия выступила инициатором рассмотрения данной ситуации в этом Суде, передала туда следственные материалы, принимала у себя высшее руководство МУС для оказания правовой помощи.

Однако, как показала деятельность прокурора МУС, материалы России были проигнорированы. Прокурор МУС заняла антироссийскую позицию и стала фактически фальсифицировать дело для того, чтобы возложить вину с грузинских властей, отдавших приказ о начале военных действий против гражданского населения Южной Осетии, на Россию.

Министр иностранных дел России С.В. Лавров отмечал, что прокурор МУС «полностью проигнорировала обширнейшие материалы, представленные Южной Осетией, Абхазией и Российской Федерацией», которые «документально и абсолютно безоговорочно подтверждали, что конфликт был начат М.Н. Саакашвили». В заявлении Министерства иностранных дел также отмечалось, что вместо расследования убийства российских миротворцев, а также нападения грузинских войск на мирные города по приказу Саакашвили Международный уголовный суд создал искусственную конструкцию, обвинив югоосетинских ополченцев и российских военнослужащих.

В конце 2016 г. Россия принимает давно назревшее решение о выходе из государств – участников Статута МУС. 16 ноября Президент РФ подписал документ об отзыве подписи Российской Федерации под Статутом Международного уголовного суда.

Данный акт не является «выходом» из договора в прямом смысле, так как Россия не являлась участником данного международного договора. Более точным будет назвать данный акт «уведомлением о намерении не стать участником» договора. Именно такая формулировка содержится в тексте распоряжения Президента России. Если же использовать формулировку международно-правовых актов (что, пожалуй, будет наиболее правильным), то действия России представляют собой «ясное выражение намерения не стать участником» договора.

Именно так гласит ст. 18 Венской конвенции о праве международных договоров 1969 г. (ВКПДМ).

Правовые последствия решения России об отзыве подписи представляют собой довольно интересный вопрос, который пока не получил внимания ни в российской, ни в зарубежной науке. Понятно, что Россия более не несет никаких обязательств перед Международным уголовным судом по тем ситуациям, которые возникли после вступления в силу решения об отзыве. С момента подписания по ноябрь 2016 г. Россия несла обязательство воздерживаться от любых действий, которые бы могли лишить договор его объекта и цели. Такое обязательство установлено в ст. 18 ВКПМД. С момента вступления в силу решения об отзыве подписи под Статутом МУС это единственное обязательство прекратило свое действие.

Более сложные правовые проблемы были поставлены в правовой системе Республики Кот-д'Ивуар. Республика Кот-д'Ивуар (КДИ) подписала Римский Статут Международного уголовного суда 30 ноября 1998 г. 11 июня 2003 г. в соответствии со ст. 95 Конституции 2002 г. президент страны направил письмо в Конституционный Совет республики для решения вопроса о совместимости Статута с Основным законом страны. Как устанавливает ст. 86 Конституции КДИ, если Конституционный Совет определит, что международное обязательство включает положение, противоречащее Конституции, разрешение на его ратификацию может иметь место только после пересмотра Конституцией. После изучения положений Римского статута МУС Конституционный Совет счел, что Статут не соответствует Конституции от 1 августа 2002 г. Таким образом, Республика Кот-д'Ивуар могла ратифицировать этот договор только после внесения поправки в Конституцию с целью включения Римского статута в ивуарийское законодательство. Анализ заключения Конституционного Совета показывает, что одним из важнейших оснований, по которым было принято такое решение, было определение противоречия между ст. 27 Римского статута положениям Конституции Кот-д'Ивуара. Более того, Совет определил, что Статут МУС несовместим со статьями 68, 93, 109, 110 и 117 Конституции, которые предусматривают иммунитеты от судебного разбирательства, юрисдикционные привилегии и особые процедуры на основании должностных функций лица.

Конституционный Совет также пришел к выводу о том, что право Международного уголовного суда рассматривать дела, которые уже возбуждены или рассматриваются в национальных судах (если он сочтет, что власти данного государства неспособны провести разбирательство – ст. 17, п. 2 Статута МУС), может рассматриваться как нарушение государственного суверенитета. Конституционный Совет постановил, что данное положение Статута МУС представляет собой ограничение национального суверенитета. Совет также определил, что полномочия,

возложенные на прокурора МУС п. 2 ст. 54 и п. 4 ст. 99 Статута МУС (которые позволяют ему проводить расследования на территории государства, опрашивать лиц, находящихся под следствием, и посещать места в этом государстве без ведома властей), лишают государства своих эксклюзивных прав по осуществлению юрисдикции на своей территории.

Несмотря на то, что Статут МУС так и не был ратифицирован, в сентябре 2003 г. было принято решение о признании *ad hoc* юрисдикции Международного уголовного суда в отношении преступлений, совершенных в Кот-д'Ивуаре в период вооруженного противостояния с 19 сентября 2002 г. по апрель 2011 г.

В соответствии с данным признанием в октябре 2011 г. прокурор МУС начал расследование *proprio motu* и выдал ордер на арест действующего президента страны Л. Гбагбо.

Новое правительство Кот-д'Ивуара признало юрисдикцию МУС еще раз в декабре 2010-го и мае 2011 гг. После пересмотра Конституции, позволившего ратифицировать конвенцию, Римский статут МУС был ратифицирован 15 февраля 2013 г.

Преступления, которые были совершены в Кот-д'Ивуаре, унесли жизни почти 3 тысяч и привели к перемещению более 1 млн. человек. Согласно положениям Статута МУС прокурор Суда должен был провести расследование в отношении всех сторон, участвовавших в конфликте. Однако на практике оказалось, что преследованиям подверглась лишь одна сторона, а преступления другой стороны остались без какого бы то ни было внимания. Первоначально прокурор МУС начал расследование предполагаемых преступлений, совершенных во время предвыборного и поствыборного кризиса 2011 г., а позднее расширил временную юрисдикцию и на преступления, предположительно совершенные с сентября 2002 г.

30 ноября 2011 г. арестованный ранее президент КДИ Л. Гбагбо был передан в Международный уголовный суд. Однако несмотря на заявление прокурора МУС о начале расследования в отношении как сторонников Л. Гбагбо, так и сторонников нового президента А. Уаттара, до сих пор – то есть через более чем десять лет после начала расследования – не было выдано ни одного ордера на арест сторонников А. Уаттара.

Более того, проведенный процесс против президента Л. Гбагбо показал, что у прокуратуры МУС не было убедительных доказательств вины подсудимого не только на момент ареста в 2011 г., но даже десять лет спустя, когда он был оправдан. О том, что прокуратура не имеет доказательств вины Л. Гбагбо, было известно еще до начала суда. Это было ясно видно из того факта, что две различные палаты досудебного производства МУС не могли прийти к единогласному решению об утверждении обвинительного акта. В первый раз такая палата отклонила запрос прокуратуры об утверждении обвинений. Во второй раз палата

(состоявшая из новых судей) такое утверждение произвела, однако ряд судей голосовали против. Данное обстоятельство показывает не только состоятельность прокуратуры и суда в МУС по данному делу, но и характерно для деятельности Международного уголовного суда в целом. Примерами тому являются расследования ситуаций в Ливии, в Уганде, Демократической Республике Конго, Кении, Дарфуре (Судан) и др. [7, с. 209-220]. Примером конкретных дел в данной связи является дело «*Прокурор против Жана-Пьера Бемба*» в рамках ситуации в Центрально-Африканской Республике, в котором подсудимый был оправдан через десять лет процесса. И в случае с Ж.-П. Бембой, и в случае с президентом КДИ Л. Гбаббо оправданные лица провели в тюрьме десять лет.

Все это говорит о системных проблемах в деятельности всех органов Суда (в частности, прокуратуры и судебного корпуса). Расследование ситуации в Республике Кот-д'Ивуар проводится с очевидными нарушениями принципа беспристрастности. Проводимые процессы характеризуются системными нарушениями прав обвиняемых, закрепленных в международно-правовых актах по правам человека [6, с. 36-38]. Более того, подобного рода практика ставит вопросы и в более широком плане, например, международно-правовой безопасности личности [7, с. 25]. К сожалению, данное обстоятельство приводит к дискредитации идеи международного правосудия [8, с. 1-9] на самых различных уровнях и в отношении совершенно различных органов [9, с. 308; 10, с. 68-75]. Применение междисциплинарного подхода к научным исследованиям на основе принципа множественности методов познания [1, с. 110-112] делает необходимым рассмотрение современных проблем международного права вообще и настоящей проблемы, в частности, в контексте других гуманитарных и социальных наук, в частности политологии. На основе такого исследования можно сделать вывод об обоснованности исключительно политического характера обвинений в международных уголовных судах, что неминуемо приводит к разрушению правовой составляющей в деятельности таких органов [11, с. 1-9; 12].

Таким образом, обобщение опыта других государств, в частности опыта взаимодействия с МУС Республики Кот-д'Ивуар, еще раз подтверждает обоснованность решения Российской Федерации об отзыве своей подписи под Римским Статутом Международного уголовного суда и прекращении сотрудничества с ним.

Литература:

1. Бессонова Л.А. Многообразие форм познавательной деятельности. Вестник ТИСБИ. 2020. № 3.
2. Мавлонов А., Мезяев А. Проблемы имплементации норм международного уголовного права в российском уголовном законодательстве. Государство и право. 1998. № 4. С. 104.

3. Международное уголовное правосудие: современные проблемы. Международное уголовное правосудие: современные проблемы (2009) / под ред. Г. И. Богуша, Е. Н. Трикоз. М. : Ин-т права и публичной политики, 2009. 749 с.

4. Международное право. Общая часть. Марочкин С.Ю., др. Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению Юриспруденция и специальности Юриспруденция / Москва, 2011.

5. Международное право. Курдюков Г.И., Абдуллин А.И., Бирюков П.Н., др. Учебник для бакалавров / Москва, 2017.

6. Мезяев А.Б. Права обвиняемого в современном международном уголовном процессе (вопросы теории и практики). Автореферат дис. ... доктора юридических наук / Ин-т законодательства и сравнит. правоведения при Правительстве РФ. Москва, 2013.

7. Мингазов Л.Х., Некоторые проблемы обеспечения безопасности личности в международном праве. Казанский журнал международного права и международных отношений. 2020. № 11. С. 25.

8. Hoile D. Justice denied: the reality of the International Criminal Court, 2nd ed. African Research Centre. London. 2017.

9. Iyi J.-M. Re-thinking the Authority of the UN Security Council to Refer Nationals of Non-party States to the ICC. Netherlands International Law Review. 2019. № 66. P. 391–417.

10. Juma L. Unclogging the wheels: How the shift from politics to law affects Africa's relations with the international system, (2014) 23 (2) Transnational Law & Contemporary Problems.

11. Köchler H. Justice and Realpolitik: predicament of the International Criminal Court. Chinese Journal of International Law. 2017. № 16. P. 1–9.

12. Laughland J. A History of Political Trials: From Charles I to Charles Taylor. 2nd edition. Peter Lang Ltd, International Academic Publishers. 2016.

Reference:

1. Bessonova L.A. The variety of forms of cognitive activity. TISBI Bulletin. 2020. No. 3.

2. Mavlonov A., Mezyaev A. Problems of the implementation of the norms of international criminal law in the Russian criminal legislation. State and law. 1998. No. 4. P. 104.

3. International criminal justice: modern problems. International criminal justice: modern problems (2009) / ed. G.I. Bogusha, E.N. Trikoz. M.: Institute of Law and Public Policy, 2009. 749 p.

4. International law. A common part. Marochkin S.Yu., other. Textbook for students of higher educational institutions studying in the direction of Jurisprudence and the specialty of Jurisprudence / Moscow, 2011.

5. International law. Kurdyukov G.I., Abdullin A.I., Biryukov P.N., other Textbook for bachelors / Moscow, 2017.

6. Mezyaev A.B. The rights of the accused in modern international criminal procedure (theory and practice). Abstract dis. ... doctors of jurisprudence / Institute of legislation and compare. jurisprudence under the Government of the Russian Federation. Moscow 2013.

7. Mingazov L.Kh., Some problems of ensuring personal security in international law. Kazan Journal of International Law and International Relations. 2020.No. 11. P. 25.

8. Hoile D. Justice denied: the reality of the International Criminal Court, 2nd ed. African Research Center. London. 2017.

9. Iyi J.-M. Re-thinking the Authority of the UN Security Council to Refer Nationals of Non-party States to the ICC. Netherlands International Law Review. 2019. No. 66. P. 391-417.

10. Juma L. Unclogging the wheels: How the shift from politics to law affects Africa's relations with the international system, (2014) 23 (2) Transnational Law & Contemporary Problems.

11. Köchler H. Justice and Realpolitik: predicament of the International Criminal Court. Chinese Journal of International Law. 2017. No. 16. P. 1-9.

12. Laughland J. A History of Political Trials: From Charles I to Charles Taylor. 2nd edition. Peter Lang Ltd, International Academic Publishers. 2016.

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОМПЬЮТЕРНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ
В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ**

**THE USE OF INFORMATION AND COMPUTER TECHNOLOGIES
IN PHYSICAL EDUCATION CLASSES
AT A HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION**

БОЛОТНИКОВ А.А., канд. пед. наук, доцент кафедры физического воспитания
Университета управления «ТИСБИ»

ИМАНГУЛОВ Р.Ш., доцент кафедры физического воспитания Университета
управления «ТИСБИ»

BOLOTNIKOV A., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
of the Department of Physical Education, the University of Management «TISBI»
IMANGULOV R., Associate Professor of the Department of Physical Education,
the University of Management «TISBI»

Аннотация

В статье рассматривается использование информационно-компьютерных технологий на занятиях по физической культуре в высшем учебном заведении. Определены задачи, решаемые посредством информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре.

Целью исследования является изучить целесообразность использования информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре в вузе. Методами исследования послужили анкетирование, количественный и качественный анализ результатов. Исследование целесообразности использования информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре в вузе проводилось на базе Университета управления «ТИСБИ» среди студентов 2-го курса, посещающих занятия по физической культуре, в количестве 100 человек посредством анкетирования. Сделан вывод о том, что использование информационных технологий позволяет сделать процесс занятий физической культурой современным с учетом высокого уровня технологичности, разнообразить содержание занятий, сделать их интересными, мотивирующими, повысить инициативность и двигательную активность студентов. Визуализация выполняемых упражнений и техники их выполнения, индивидуальных и групповых результатов способствует более осознанному восприятию студентами достижений в области физической культуры, самосовершенствованию, установки на необходимость занятий.

Ключевые слова: физическая культура, вуз, информационно-компьютерные технологии, цифровизация.

Abstract

The article discusses the use of information and computer technologies in physical education classes at a higher educational institution. The tasks solved by means of information and computer technologies in physical education classes have been determined.

The aim of the study is to study the feasibility of using information and computer technologies in physical education classes at a university. The research methods were questionnaires, quantitative and qualitative analysis of the results. The study of the expediency of using information and computer technologies in physical education classes at the university was carried out based on the University of Management «TISBI» among second year students attending physical education classes, for people by means of questionnaires. The conclusion is made that the use of information technologies makes the process of physical culture lessons modern, taking into account the high level of technological effectiveness, to diversify the content of lessons, to make them interesting, motivating, to increase the initiative and motor activity of students. Visualization of the performed exercises and the technique of their implementation, individual and group results contributes to a more conscious perception by students of achievements in the field of physical culture, self-improvement, and attitudes towards the need for classes.

Key words: *physical culture, university, information and computer technologies, digitalization.*

В XXI веке наблюдаются две тенденции: повышение роли двигательной активности и значимости здорового образа жизни и повсеместное использование компьютерных технологий в образовательном процессе. Соответственно, использование информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре – это процесс закономерный и необходимый.

Использование информационно-компьютерных технологий в образовательном процессе изучалось Л.С. Выготским, П.Я. Гальпериным, С.Л. Рубинштейном, Ю.К. Бабанским, Н.Ф. Талызиной и др. [3].

И.Г. Захарова, В.Г. Беспалько, С. Пейперт, Г.К. Селевко и др. рассматривали использование данных технологий с целью личностного развития обучающихся [3].

В работах Е.С. Полат приоритет отдается психологическим аспектам в процессе применения информационно-компьютерных технологий [1].

Согласно С.А. Марчук, использование информационно-компьютерных технологий позволяет решить следующие задачи:

- индивидуализировать учебный процесс;
- повысить познавательный интерес и мотивацию обучающихся [7].

По мнению В.А. Маслякова, В.С. Матяжова, Е.Е. Кошеливской, основой содержания занятий физкультурой в вузе являются знания и умения применять средства физической культуры с целью повышения двигательной активности студентов, накопления индивидуального и

коллективного опыта физкультурно-спортивной деятельности. Посредством физического воспитания осуществляется нравственное, эстетическое, умственное воспитание, происходит формирование здорового образа жизни [5].

А.В. Гушин, О.Н. Филатова считают, что в вузе основополагающими задачами в области развития физической культуры и спорта являются:

- 1) формирование навыков организации регулярной двигательной активности и двигательных навыков;
- 2) формирование у студентов потребности в здоровом образе жизни, повышении уровня физической подготовки.

Следует отметить, что физическая культура в вузе является обязательной и значимой для целостного развития личности [4].

Авторы акцентируют внимание на том, что в рамках физического воспитания студентов вуза велика роль преподавателя, который проводит комплекс мероприятий с использованием различных технологий, методов и форм, обеспечивая двигательную активность и оздоровление студентов [4].

По мнению В.Ю. Волкова [2], М.М. Кутепова, Н.В. Ямбаевой, К.А. Елыгиной и др. [6], на занятиях физической культурой наиболее эффективным является применение информационно-компьютерных технологий в рамках следующих видов деятельности (рис. 1).

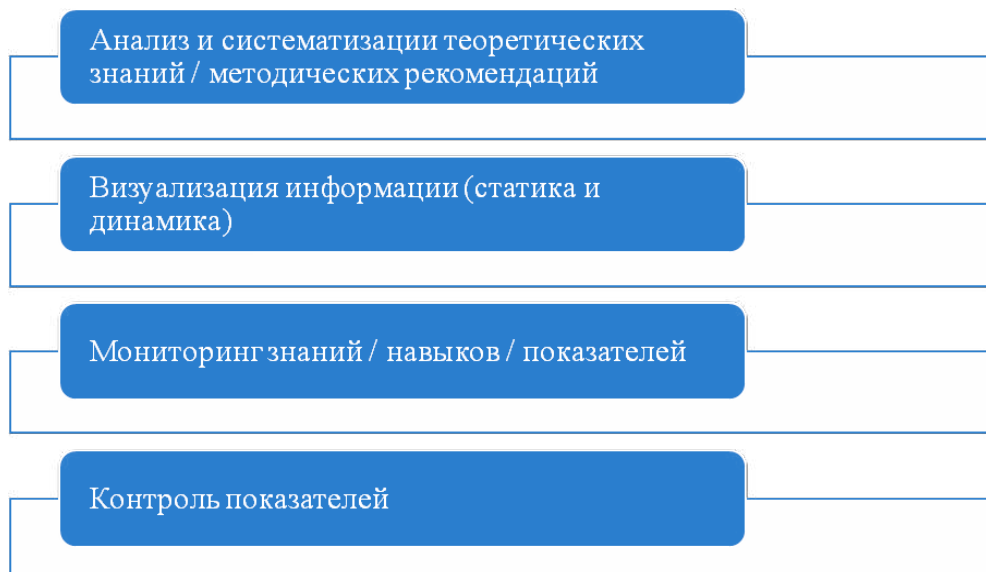


Рис. 1. Виды деятельности с использованием информационно-компьютерных технологий

Таким образом, целесообразно выделить следующие задачи, решаемые посредством информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре:

- визуализация выполняемых упражнений и техники их выполнения;
- разбор ошибок;
- просмотр результатов других занимающихся в сравнении;
- мотивация на достижение результатов.

Цель и методы исследования

Целью исследования является изучить целесообразность использования информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре в вузе.

Методами исследования послужили анкетирование, количественный и качественный анализ результатов.

Результаты исследования и их обсуждение

Исследование целесообразности использования информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре в вузе проводилось на базе Университета управления «ТИСБИ» среди студентов 2-го курса, посещающих занятия по физической культуре. Количество респондентов составило 100 человек. Анкета состояла из пяти вопросов.

Представим результаты исследования.

На вопрос: «Чего, на ваш взгляд, не хватает на занятиях по дисциплине «Физическая культура»?», респонденты ответили следующим образом (рис. 2).

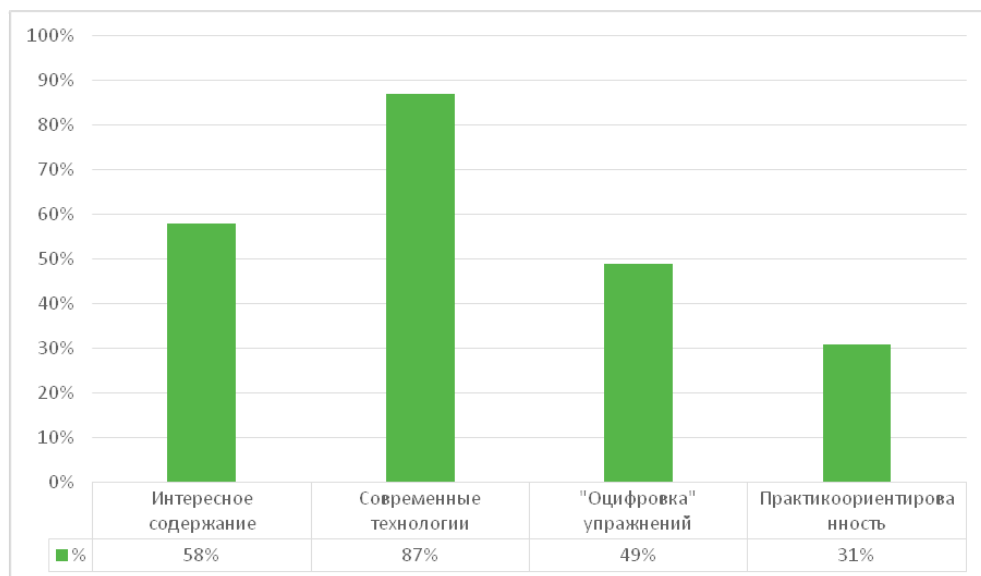


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос 1

Исходя из полученных результатов, студенты вуза к недостаткам занятий по физкультуре относят: недостаточное использование современных технологий (87%), недостаточно интересное содержание (58%), отсутствие «оцифровки» упражнений (49%), недостаточную практикоориентированность, не позволяющую в полной мере заниматься самостоятельно (31%). Очевидно, что современные студенты заинтересованы в использовании информационно-компьютерных технологий, охватывающих и содержание, и технологии.

На вопрос: «Насколько вы готовы выполнять физические упражнения на занятиях по физкультуре с использованием информационно-компьютерных технологий?», были получены следующие ответы (рис. 2).

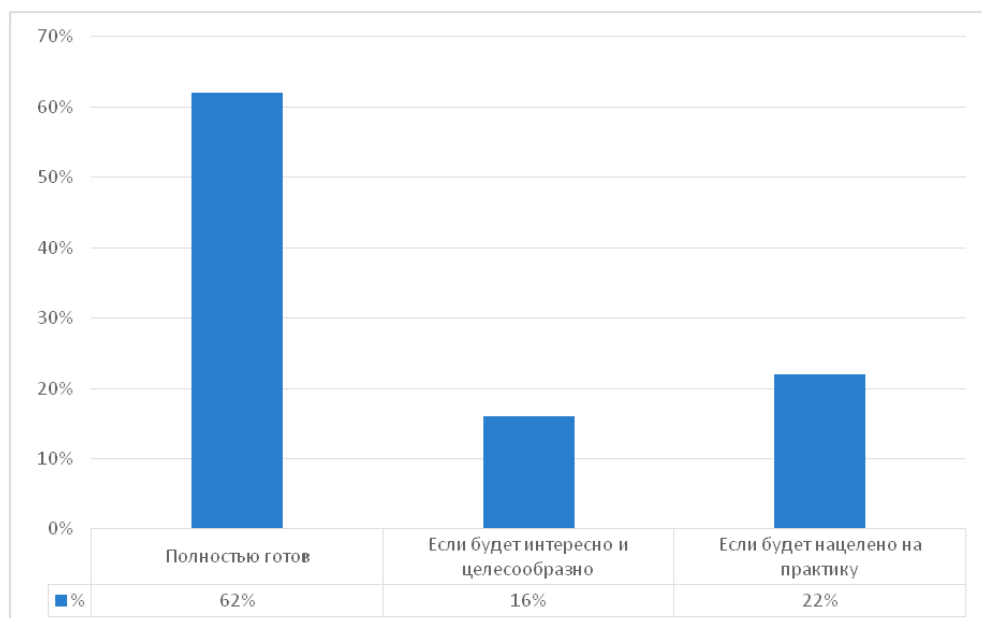


Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос 2

На рис. 3 видно, что полностью готовы к занятиям по физкультуре с использованием информационно-компьютерных технологий 62% студентов. Тем не менее, 38% студентов назвали два условия, при которых они будут готовы к таким занятиям: интересно и целесообразно (16%) и практикоориентированность (22%). Таким образом, можно заключить, что студенты ориентируются на возможность применения упражнений на практике, только просмотр/показ упражнения, теория не несет для них смысловой нагрузки и не вызывает интереса.

На вопрос: «Какие критерии необходимо учитывать при использовании на занятиях по физкультуре с использованием информационно-

компьютерных технологий?», респонденты ответили следующим образом (рис. 4).

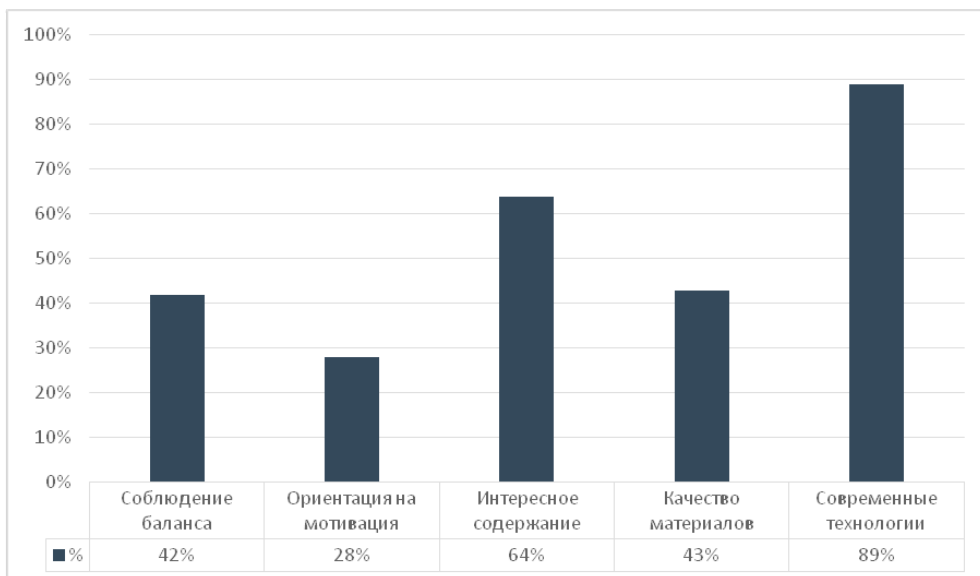


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос 3

На основе полученных ответов целесообразно предположить, что использование на занятиях по физкультуре информационно-компьютерных технологий диктуется требованиями современного развития общества и технологий.

Наиболее актуальными критериями использования информационно-компьютерных технологий на занятиях по физкультуре студенты назвали современные технологии (89%), которые позволяют создавать качественные продукты (43%) с интересным содержанием (64%). Тем не менее, при этом необходимо соблюдать баланс между двигательной активностью и просмотром ИКТ-материалов (42%), чтобы не теоретизировать занятия и не упустить главные задачи данной дисциплины.

Ответы на вопрос: «Какие упражнения / виды деятельности, по вашему мнению, эффективно выполнять посредством информационно-коммуникативных технологий?», были получены следующие (рис. 5).

Как видно из ответов, наименее эффективными во всех предложенных вариантах, по мнению студентов, являются интерактивная доска (не более 9%), видеосюжеты (не более 32%). Можно предположить, что интерактивная доска в большей степени предназначена для аудиторных занятий, для презентации теоретического материала. В условиях физкультуры, где двигательная активность является основой любой деятельности, актуальность приобретают показ преподавателем, мотивация

вация (для этой цели можно использовать мотивационные видеоролики) и видеозапись с последующим разбором ошибок в процессе подготовки и проведения соревновательной деятельности.

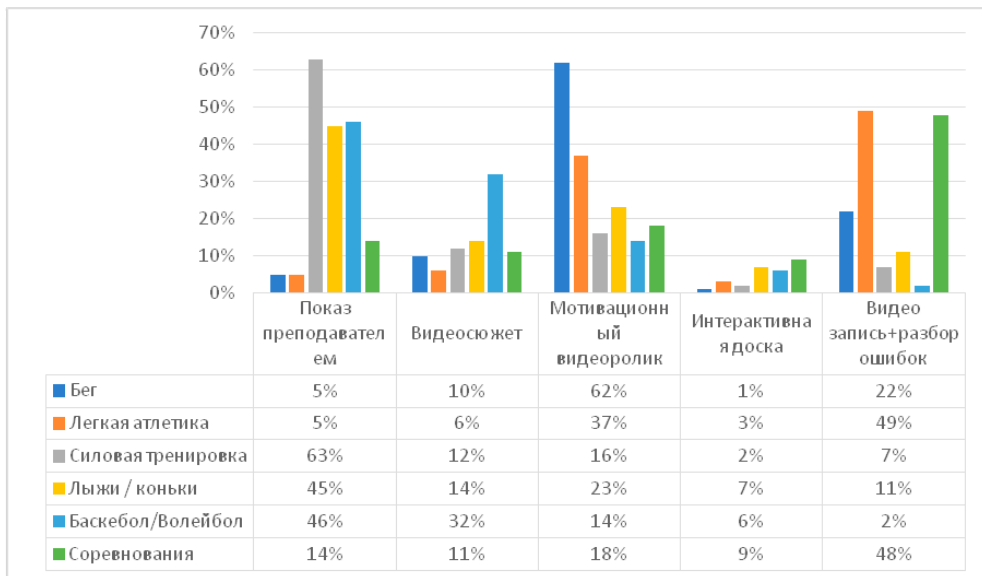


Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос 4

На вопрос: «Ваши предложения по проведению занятий физкультуры посредством информационно-коммуникативных технологий», были получены следующие ответы (рис. 6).

На основе полученных ответов целесообразно сделать вывод о том, что в процессе занятий физкультурой студенты заинтересованы в динамике: презентации с анимацией позволяют лучше усвоить технику выполнения, видеозапись собственной тренировки как преподавателя, так и студента способствует активизации внимания на цели, технике и результате выполнения упражнения, развитию осознанности выполнения упражнения.

Таким образом, целесообразность использования информационно-коммуникативных технологий на занятиях по физкультуре в вузе определяется содержанием, актуальностью применения современных технологий в образовательном процессе в целом. Эффективность использования данных технологий может определяться заинтересованностью студентов, их мотивацией, динамикой процесса обучения, видами используемых технологий.

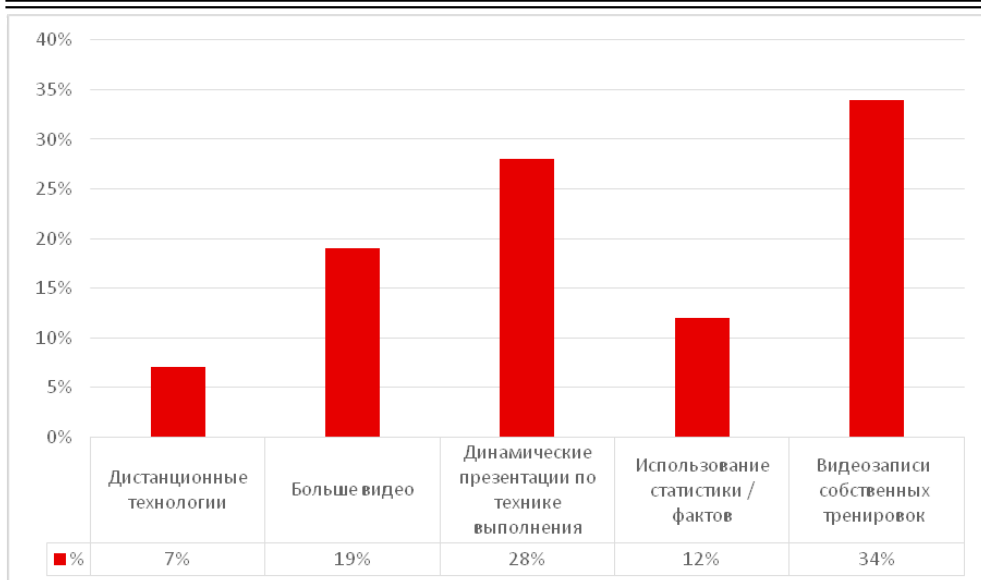


Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос 5

Заключение

На основе проведенного исследования целесообразно сделать следующие выводы. Использование информационных технологий позволяет сделать процесс занятий физической культурой современным с учетом высокого уровня технологичности, разнообразить содержание занятий, сделать их интересными, мотивирующими, повысить инициативность и двигательную активность студентов.

Визуализация выполняемых упражнений и техники их выполнения, индивидуальных и групповых результатов способствует более осознанному восприятию студентами достижений в области физической культуры, самосовершенствованию, установке на необходимость занятий.

Литература:

1. Аверьянова И.В., Зайцева Н.В. Региональные особенности морфофизиологических характеристик и физической подготовленности студентов Северо-Восточного государственного университета // Человек. Спорт. Медицина. – 2018. – № 3. – С. 60-68.
2. Волкова Л.М., Волков В.Ю. Современные информационно-диагностические технологии в практике физического воспитания // Физическая культура, спорт и здоровье. – 2014. – № 23. – С. 17-20.
3. Гуцин А.В., Филатова О.Н. Информационно-коммуникационная культура педагога как ведущий аспект перехода педагогического образования в новое качественное состояние // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 8-2. – С. 454-458.
4. Зайцева Н.В., Кульчицкая Ю.В. Пути реализации дисциплины «Физическая культура» в период самоизоляции студентов вуза // Развитие науки,

национальной инновационной системы и технологий: Сб. научных трудов по материалам Междунар. науч.-практ. конф., 13 мая 2020 г. – Белгород: ООО «Агентство перспективных научных исследований» (АПНИ), 2020. – С. 125-129.

5. Кошелювская Е.Е. Современные подходы к организации элективных курсов по физической культуре в вузах северных регионов России: Сб. научных трудов по материалам III Междунар. науч.-практ. конф. – 2020. – № 2. – С. 22-28.

6. Кутепов М.М., Ямбаева Н.В., Елыгина К.А. Информационные технологии обучения физической культуре в вузе // АНИ: педагогика и психология. – 2016. – № 2 (15). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-obucheniya-fizicheskoy-kulture-v-vuze> (дата обращения: 02.04.2021).

7. Марчук С.А. Современные информационные технологии как средство повышения эффективности образовательного процесса по физическому воспитанию // Современные наукоемкие технологии. – 2016. – № 1. – С. 148-152.

8. Васенков Н.В., Миннибаев Э.Ш. Инновационные методы преподавания физической культуры в вузе // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 10-7. – С. 72-75.

9. Давыдова Т.П. Современные образовательные технологии на занятиях физической культурой // Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования: Сб. ст. по материалам XXXV Междунар. студ. науч.-практ. конф. № 24 (35). – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/24\(35\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/24(35).pdf) (дата обращения: 02.03.2019).

10. Лихачев О.Е. Интерактивное обучение в физическом воспитании студентов вуза / О.Е. Лихачев, Ю.В. Шиховцов, И.В. Николаева // Здоровье нации: современные ориентиры в физическом воспитании учащейся молодежи: Материалы Всероссийской заочной науч.-практ. конф., 15 апр. 2013 г. – Самара. – С. 44-46.

References:

1. Averyanova I., Zaitseva N. Regional features of morphophysiological characteristics and physical fitness of students of the North-Eastern State University // *Man. Sport. Medicine*. – 2018. – № 3. – P. 60-68.

2. Volkova L., Volkov V. Modern information and diagnostic technologies in the practice of physical education // *Physical culture, sport and health*. – 2014. – № 23. – P. 17-20.

3. Gushchin A., Filatova O. Information and communication culture of a teacher as a leading aspect of the transition of pedagogical education to a new qualitative state // *Fundamental Research*. – 2014. – № 8-2. – P. 454-458.

4. Zaitseva N., Kulchitskaya Y. Ways of implementation of the discipline «Physical culture» in the period of self-isolation of university students // *Development of science, national innovation system and technologies: A collection of scientific papers based on the materials of the International Scientific and Practical Conference on May 13, 2020*. – Belgorod: Agency for Advanced Scientific Research (APNI), 2020. – P. 125-129.

5. Koshelivskaya E. Modern approaches to the organization of elective courses in physical culture in universities of the northern regions of Russia // *Collection of*

scientific papers based on the materials of the III International Scientific and Practical Conference. – 2020. – № 2. – P. 22-28.

6. Kutepov M., Yambaeva N., Elygina K. Information technologies of teaching physical culture at the university // ANI: pedagogy and psychology. – 2016. – № 2 (15). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-obucheniya-fizicheskoy-kulture-v-vuze> (date of access: 04.02.2021).

7. Marchuk S. Modern information technologies as a means of increasing the efficiency of the educational process in physical education // Modern high technologies. – 2016. – № 1. – P. 148-152.

8. Vasenkov N., Minnibaev E. Innovative methods of teaching physical culture at the university // Modern trends in the development of science and technology. – 2016. – № 10-7. – P. 72-75.

9. Davydova T. Modern educational technologies in physical culture lessons // Scientific community of students: interdisciplinary research: Collection of articles. XXXV Scientific-practical conf. № 24 (35). – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/24\(35\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/24(35).pdf) (date accessed: 02.03.2019).

10. Likhachev O. Interactive training in physical education of university students / O. Likhachev, Yu. Shikhovtsov, I. Nikolaeva // Health of the nation: modern guidelines in the physical education of student youth: materials of the All-Russian correspondence scientific and practical conference, April 15, 2013. – Samara. – P. 44-46.

**ПРИМЕНЕНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СРЕД ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ
ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОМУ ПРОГРАММИРОВАНИЮ**

**THE APPLICATION OF VISUAL ENVIRONMENTS FOR TEACHING
STUDENTS ON OBJECT-ORIENTED PROGRAMMING**

ЯКУНИНА Е.А., старший преподаватель кафедры информационных технологий Университета управления «ТИСБИ»

E-mail: asd0995@mail.ru

YAKUNINA E., senior lecturer, Information Technologies Department, the University of Management «TISBI»

E-mail: asd0995@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрена проблема обучения объектно-ориентированному программированию (ООП) в высшем учебном заведении. Предложено решение проблемы обучения основам ООП на занятиях по направлению «Прикладная информатика» при помощи применения визуальных сред программирования: Greenfoot и Alice. Данные визуальные среды программирования используют технологию обучения основам программирования через создание игр. Сегодня технология геймификации является одной из перспективных и заинтересует студентов в изучении объектно-ориентированного программирования. При помощи визуальных сред программирования у студентов вырабатываются навыки проектирования (разработки) программ на уровне объектов с их свойствами и методами, развиваются логическое мышление, навыки написания программного кода на соответствующих языках программирования, а также навыки самостоятельной работы.

Ключевые слова: программирование, объект, методы, свойства, геймификация, визуальные среды обучения, объектно-ориентированное программирование, Alice, Greenfoot.

Abstract

This article discusses the problem of teaching object-oriented programming (OOP) in a higher educational institution. A solution to the problem of teaching the basics of OOP to students majoring in «Applied Informatics» using the visual programming environments: Greenfoot and Alice is proposed. These visual programming environments use technology to teach the basics of programming through the creation of games. Today gamification technology is one of the most promising trends, which cause interest to students in the study of object-oriented programming. With the help of visual programming environments, students develop skills in designing (developing) programs at the level of objects with their properties and methods, developing logical thinking, skills in writing program code in appropriate programming languages, as well as skills of independent work.

Key words: *programming, object, methods, properties, gamification, visual learning environments, object-oriented programming, Alice, Greenfoot.*

Современное общество характеризуется активным использованием информационных технологий во всех сферах деятельности человека. Информационные технологии обеспечивают информационную деятельность человека с помощью различных вычислительных устройств и программного обеспечения (ПО). В связи с этим актуальна проблема обучения специалистов в области информационных технологий разработке ПО. В данной статье рассмотрим проблему обучения специалистов квалификации «бакалавр» по направлению «Прикладная информатика».

В последнее время в высшем образовании Российской Федерации происходят изменения, способствующие увеличению качества обучения студентов, адаптации образования к стремительно меняющимся требованиям рынка труда ИТ. Подготовка бакалавров по направлению «Прикладная информатика» заключается в формировании у студентов компетенций по разработке автоматизированных систем или информационных систем в прикладных областях. Несмотря на то, что большое внимание уделяется проблеме обучения программированию специалистов по направлению «Прикладная информатика», так или иначе остаются нерешенные проблемы.

Более подробно остановимся на проблеме обучения специалистов основам объектно-ориентированного программирования, наиболее пользующейся популярностью методике разработки ПО, а также развитии логического и абстрактного мышления студентов при решении различных кейсов, практических заданий и программированию ПО.

В чем суть объектно-ориентированного программирования?

Объектно-ориентированное программирование – это технология создания сложного ПО, которая основана на представлении программы в виде набора объектов. Объект является базовым понятием и определяется как совокупность взаимосвязанных свойств и методов, которые существуют как единое целое. Тремя свойствами – инкапсуляция, наследование и полиморфизм – можно охарактеризовать объектно-ориентированное программирование.

Обычно в вузах обучение объектно-ориентированному программированию включает сложные практические задания по разработке ПО, задачи (кейсы) и вопросы, которые на начальном этапе тяжело понять студентам, что приводит к непониманию учебного материала. Так как чаще всего обучение студентов объектно-ориентированному программированию направлено на изучение синтаксиса объектных языков программирования, то в дальнейшем при данном методе обучения у студентов пропадает интерес к изучению, и технология ООП ими плохо

осваивается. Поэтому необходимо изучить основные принципы ООП до обучения профессиональным языкам программирования (C#, C++, Java, Object Pascal), чтобы студенты знали саму методологию, основы понятий объектно-ориентированного программирования. Для фундаментальной подготовки студентов можно использовать визуальные среды объектно-ориентированного программирования, такие как Greenfoot и Alice. Данные визуальные среды являются бесплатными и доступны для общего пользования.

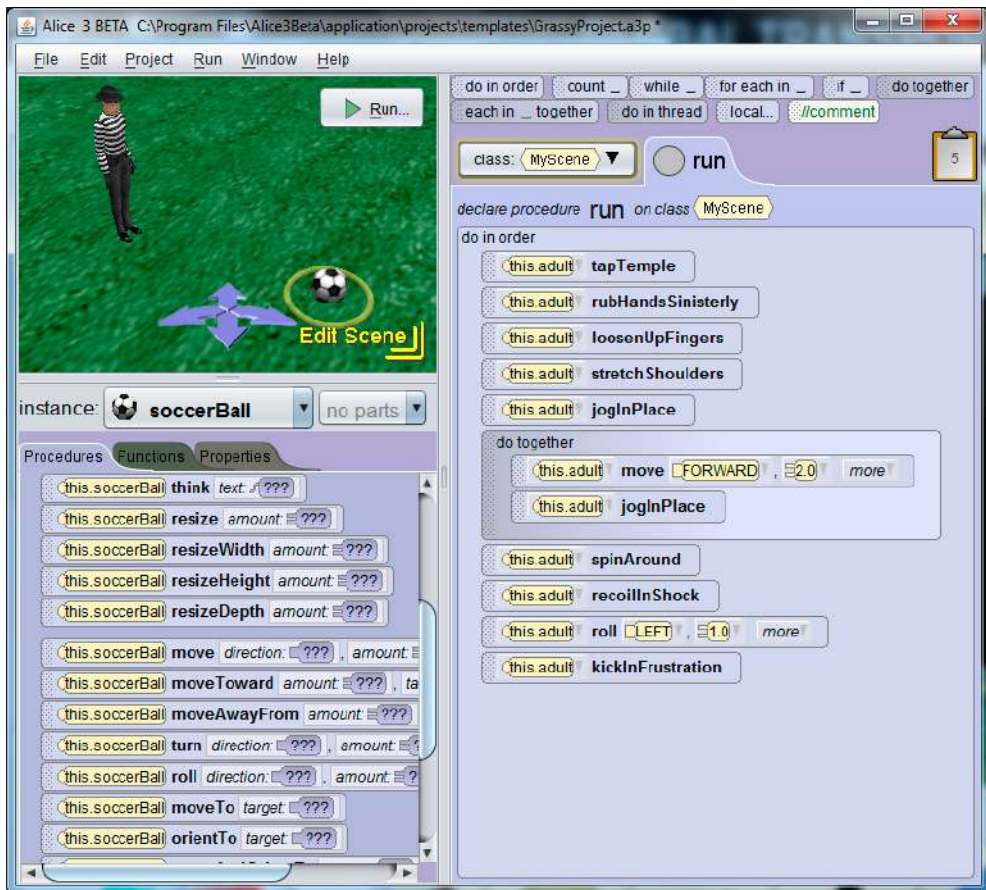


Рис. 1. Визуальная среда программирования Alice

Визуальные среды программирования позволяют мотивировать студентов, сосредоточиться на развитии мышления, понимая саму суть изучаемых парадигм программирования. Визуальные среды Alice и Greenfoot позволяют оперировать объектами с помощью их свойств и методов, как встроенных в данные среды, так и разработанных пользователем. Основные конструкции языка программирования, использу-

емые в среде Alice, соответствуют нотациям, принятым в таких языках объектно-ориентированного программирования, как Java, C++ и C#. Среда 3D-программирования используется для разработки компьютерных игр. С помощью Alice можно разрабатывать сложные системы (игры), которые представлены в виде взаимодействующих объектов. Информационная система декомпозируется на объекты, далее описываются действия объектов с помощью программного кода на соответствующем языке программирования.

Преимущества среды Alice:

- огромная коллекция стандартных объектов;
- простой интерфейс среды;
- программный код можно разработать на Java с использованием подключаемого модуля библиотеки Alice NetBeans;
- поддерживается несколько языков программирования [8].

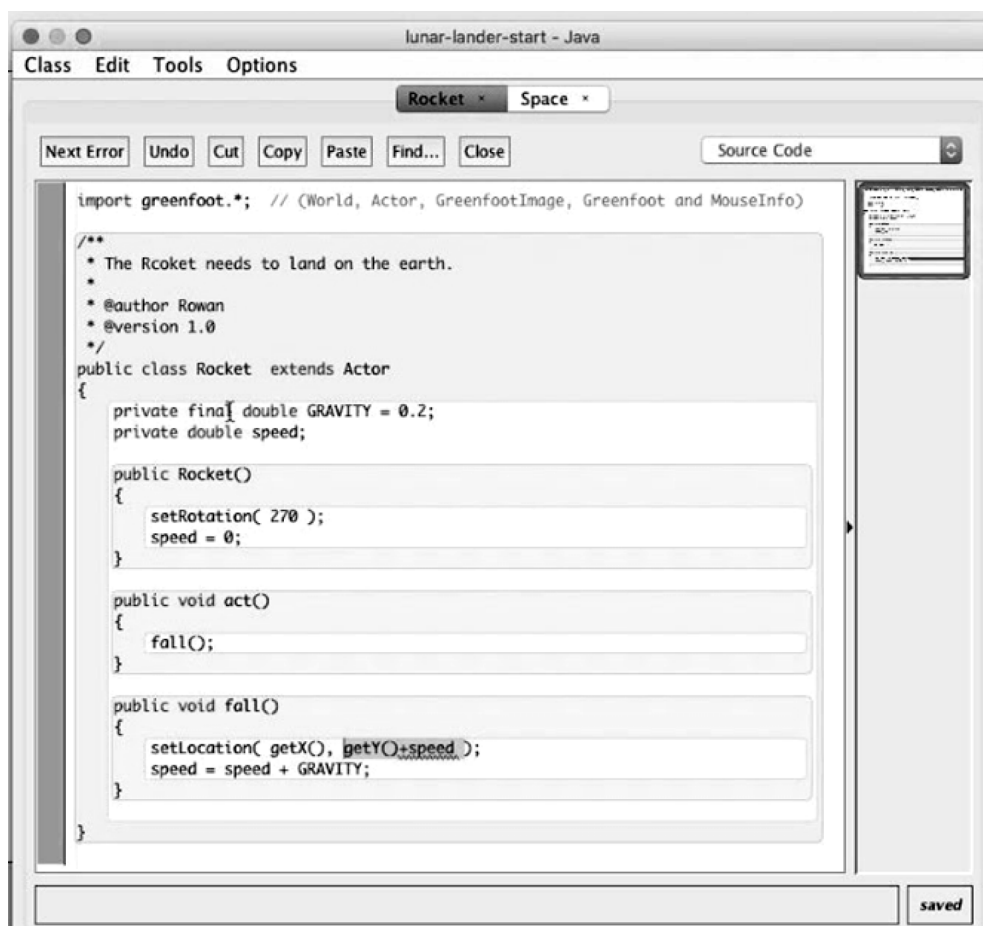


Рис. 2. Визуальная среда программирования Greenfoot

Визуальная среда Greenfoot – это базовая среда обучения программированию на языке Java, которая позволяет сочетать обучение ООП, используя технологию геймификации и синтаксис Java. Данная среда дает возможность разработки собственных программ и для создания игр представляет визуальную оболочку, что позволяет сократить время на создание интерфейса и графику.

Преимущества среды Greenfoot:

- имеется встроенный текстовый редактор для написания программного кода;
- огромная коллекция стандартных объектов;
- среда простая в освоении;
- имеет основные функции для удобной разработки приложений [10].

Недостатком среды Greenfoot является то, что для корректной и правильной работы данной среды нужно установить на ПК Java 6 или Java 7 JDK.

Целью обучения при помощи визуальных сред программирования Greenfoot и Alice является формирование навыков разработки алгоритмов решения профессиональных задач с применением технологии объектно-ориентированного программирования.

Подводя итоги, можно сказать, что начинать обучение студентов концепциям объектно-ориентированного программирования нужно с применением визуальных сред программирования, а затем переходить на изучение конкретного объектно-ориентированного языка программирования.

Литература:

1. Вайсфельд М. Объектно-ориентированное мышление. – СПб.: Питер, 2018.
2. Гаст Х. Объектно-ориентированное проектирование. Концепции и программный код. – М., Вильямс, 2018.
3. Буч Г. Объектно-ориентированный анализ и проектирование с примерами применения. – М.: Вильямс, 2017.
4. Козин А.Н. Проектирование обучающей программы по основам объектно-ориентированного программирования: В сб.: Предпринимательская деятельность в поведенческой экономике: формы реализации и механизмы обеспечения: Материалы ежегодной Всеросс. науч.-практ. конф. / Под ред. Н.М. Прусс, А.Н. Грязнова, 2019. – С. 110-112.
5. Мейер Б. Объектно-ориентированное программирование и программная инженерия. – Электрон.-текст. дан. – М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019.
6. Таренко Л.Б. Требования к подготовке современного специалиста в области информационных технологий // Вестник «ТИСБИ». – 2017. – № 2.

7. Шкарбан Ф.В. Разработка методики обучения основам объектно-ориентированного программирования с использованием визуальных учебных сред // Ученые записки Крымского федерального ун-та им. В.И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. – № 2. – Т. 4 (70). – 2018.

8. <https://www.alice.org>.

9. <http://alicetutorials.blogspot.ru>.

10. <https://www.greenfoot.org>.

Reference:

1. Weisfeld M. Object-oriented thinking. – SPb.: Peter, 2018.

2. Gast H. Object-oriented design. Concepts and programming code. – M., Williams, 2018.

3. Booch G. Object-oriented analysis and design with examples of applications. – M.: Williams, 2017.

4. Kozin A. Designing a training program on the basics of object-oriented programming / Collection: Entrepreneurship in behavioral economics: forms of implementation and mechanisms of support: Materials of the Annual All-Russian Scientific and Practical Conference / Edited by N.M. Pruss, A.N. Gryaznov, 2019. – P. 110-112.

5. Meyer B. Object-oriented programming and software engineering. – Electron. text data. – M.: Internet University of Information Technologies (INTUIT), IP Er Media, 2019.

6. Tarenko L. Requirements for the training of a modern specialist in the field of information technology // Bulletin «TISBI». – 2017. – № 2.

7. Shkarban F. Method development teaching the basics of object-oriented programming using visual learning environments // Proceedings of the Crimean Federal University named after Vernadsky V.I. Sociology. Pedagogy. Psychology. – Vol. 4 (70). – № 2. – 2018.

8. <https://www.alice.org>.

9. <http://alicetutorials.blogspot.ru>.

10. <https://www.greenfoot.org>.

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА И АННОТАЦИИ МАТЕРИАЛОВ И СТАТЕЙ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

ECONOMICS AND MANAGEMENT

THE LEGAL AND CULTURAL PROCESSES IN THE LEGAL EDUCATION: PROBLEMS AND PROSPECTS

STEPANENKO R., *PhD in Law, Professor of the Department of the Theory and History of State and Law, the University of Management «TISBI»*

E-mail: *stepanenekorf@yandex.ru*

SOLDATOVA A., *The candidate of science, Associate Professor, The head of the Department of the Theory and History of State and Law, the University of Management «TISBI»*

E-mail: *soldatovaalena@yandex.ru*

Abstract

The article is devoted to the consideration of some acute problems of the higher legal education caused by the uncertainty of the modern socio-cultural environment, the processes of continuous transformation of educational standards, etc. In particular, the authors analyze the problem of forming the ideological foundations of self-development of students majoring in Law in the context of the globalization of the information. The general focus on practice-oriented and competence-based approaches in training to a certain extent exacerbates the problem of socialization and self-development of future lawyers. In this regard, the need for the formation of axiological sound ideological foundations of their professional thinking, legal awareness and legal culture is actualized. The authors draw attention to the problem of combining training and education in the educational process of higher education, as an indispensable condition for improving the level of legal awareness and legal culture of students. Special responsibility for ensuring this unity is assigned to teachers of fundamental legal disciplines who perform ideological and educational functions by forming a conscious understanding of the most general laws of the formation and subsequent evolution of state-legal phenomena and processes, the social responsibility of representatives of the legal community for the quality of legal life in the country. At the same time, the implementation of these functions is not possible without the appropriate self-development of the personality of a professor himself. Thus, the article substantiates the dependence of the quality of higher legal education on the formation of a system of basic legal ideas and values, self-development of students and teachers, the unity of the processes of education and upbringing.

Key words: *legal education, student self-development, teacher self-development, legal culture, legal consciousness.*

UNIVERSITY RATING AS A MANAGEMENT TOOL

(The Institution of higher education, the University of Management «TISBI»)

BOBIENKO O., candidate of Pedagogical Sciences, associate Professor of the University of Management «TISBI»

E-mail: olesia-tisbi@rambler.ru

Abstract

The systematization of modern ratings of the results of higher educational institutions activities in Russia has been carried out. The methodological foundations, main criteria and sets of indicators are described, according to which they are compiled. Using the example of the rating data of the University of Management "TISBI" for 2019 and 2020 shows the possibilities of identifying aspects of the university's activities that require adjustment and priority management attention.

Key words: assessment, indicators, ranging, rating, university, management.

INNOVATIVE METHODS USED BY INSURANCE COMPANIES TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING ON THE INTERNET

BLAGIKH I., Doctor of Economics, Ordinary Associate Professor at the Faculty of Technological Management and Innovation, National Research University, St. Petersburg

E-mail: ivan-blagikh@yandex.ru

AVERYANOVA O., Candidate of Economic Sciences, Lecturer of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, the Kirov Military Medical Academy, St. Petersburg

E-mail: olin83@mail.ru

RYABUKHINA A., General Director, BC-Consulting, St. Petersburg

E-mail: a.ryabuhina@bk-consulting.ru

Abstract

The authors analyzed the innovative methods used by insurance companies to improve the effectiveness of advertising on the Internet. It has been established that in order to increase the effectiveness of advertising on the Internet, it is necessary to improve the implemented advertising strategy in order to increase the number of the company's clients at the lowest financial costs. Because of the analysis of the advertising activities of insurance companies, it was found out that an advertising campaign on the Internet is not effective enough without the use of end-to-end analytics methods. Based on the results of the analysis, the authors proposed a set of measures aimed at increasing the effectiveness of an advertising campaign on the Internet in order to improve contextual advertising by adding as many low-frequency queries on the topic of insurance to the semantic core as possible, developing a multi-landing for targeted advertising, and developing a multi-landing for contextual advertising. One of the types of multi-landings has also been proposed, the main task of which is to inform customers about the insurance product, with a focus on specific requests and potential policyholders.

Key words: insurance, insurance product, advertising campaign, internet, multi-landing.

SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE CONTEXT OF THE PANDEMIC

BRYLOV A., master's degree student, Department of Management, the University of Management «TISBI»

E-mail: andrey.brylov1@mail.ru

KHAMIDULLIN F., doctor of Economics, Professor, head of the Department of Management and entrepreneurship, the University of Management «TISBI»

E-mail: fkhamidullin@yandex.ru

Annotation

This scientific article presents the results of the analysis of the state of small and medium-sized businesses based on an anonymous questionnaire survey of entrepreneurs of the city of Kazan. Companies are operating mainly in the field of logistics and cargo transportation. Questions for the questionnaire were compiled by students studying at the Master's degree program of the University of Management «TISBI» at the Management Department. The subject of this study is multiple factors that determine the real economic situation of business entities in the conditions of restrictions imposed at the state level. The object of the study is the financial and economic activity of representatives of small and medium-sized businesses in the above-mentioned areas of the economy. The methodological basis of the study was the works of Russian scientists and specialists in the field of entrepreneurship. The main element of scientific novelty is the conclusion about the relative stability of the financial and economic situation of small and medium-sized businesses, subject to the adaptation of the implemented competitive strategy to the real conditions of activity during the pandemic.

Key words: *small and medium-sized businesses, restrictions, income, development strategy, competitive environment, market positions.*

MANAGEMENT OF THE ECONOMY OF THE COMPANY RISK BASED DEVELOPMENT (THE CASE OF THE LLC «WHOLE SALE CENTER»)

GORDEEV V., Master's degree student, the University of Management «TISBI»

Phone: 8(953)495-58-20

E-mail: gorvladkaz@yandex.ru

Abstract

The fundamental goal of risk management in any enterprise is to identify problems and critical situations long before they form and create problems in the organization. This is done so that it is possible to plan the risk management process itself. By implementing a risk management plan and considering various potential risks or events before they occur, an organization can save money and protect its future. Risk management involves identifying, analyzing and responding to risk factors that form part of the life of a business. Effective risk management means trying to control future results as much as possible by proactively. Consequently, effective risk management makes it possible to reduce both the likelihood of a risk and its potential impact.

Key words: *risks, organization, risk management, risk analysis, risk strategies, enterprise revenue, enterprise cost.*

THE STATE OF THE BANKING SECTOR DURING THE CRISIS

GUZAIROVA E., Master's student, the Department «Securities and financial engineering», the University of Management «TISBI»

E-mail: e-guzairova@mail.ru

SVIRINA A., Doctor of Economic Sciences, professor, the department «Securities and financial engineering», the University of Management «TISBI»

E-mail: anna.svirina@list.ru

Abstract

The object of the research is the current state of the banking sector at the time of the crisis and in the post-crisis moment. It was concluded that the number of banks will noticeably decrease, due to various reasons, which may negatively affect the future development of the banking sector, as the market will be monopolized. At the same time, it is necessary to get rid of ineffective banks, which often violate the legislation of the Russian Federation, as well as the possibility of developing mergers and acquisitions of banks.

Key words: Bank of Russia, banking system, crisis, banking license, coronavirus, banking, sanctions.

UNESCO: EDUCATION, SCIENCE, CULTURE

LIFE-CYCLE MANAGEMENT OF THE UNIVERSITY INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT MODULE «COURSE DESIGNER»

FEDOROVA O., PhD, the University of Management «TISBI»

E-mail: fiodorova_olga@rambler.ru

CHERNYKH E., a Master's Degree student, the University of Management «TISBI»

E-mail: e.d.muhlberg@gmail.com

PETRUNKIN T., a Master's Degree student, the University of Management «TISBI»

E-mail: petrunkin@innostage-group.ru

Abstract

The purpose of this article is to describe the life-cycle of the University ISU module «Course Designer». The course builder is being developed to implement a convenient service for creating and viewing e-courses. It will be convenient for a content consumer to view information, rate and leave their questions, while a content creator will find it convenient to work with a tool for creating courses, lectures and textbooks.

Key words: course designer, information system, lifecycle, terms of reference, lifecycle management, lifecycle model.

**INTERNATIONAL AND DOMESTIC LEGAL PROBLEMS
OF STATE PARTICIPATION IN THE ROME STATUTE
OF THE INTERNATIONAL CRIMINAL COURT
(WITH SPECIAL REFERENCE TO THE RUSSIAN FEDERATION
AND THE REPUBLIC OF COTE D'IVOIR)**

DRO D., Professeur de L'Universite de Jean Lorougnon Guede of Daloa, Cote d'Ivoire

MEZYAEV A., Doctor of Law, Professor of the Department of Constitutional and International Law, the University of Management «TISBI»

Abstract

The article discusses issues related to the interaction of states with the International Criminal Court. This issue is analyzed on the example of two states represented by the authors of the article: the Russian Federation and the Republic of Côte d'Ivoire. The authors show that in the activities of all bodies of the International Criminal Court, in particular, the prosecutor's office and judicial chambers of various levels, there are systemic problems associated with the political nature of the charges. These problems have a devastating effect on the legal activity of the International Criminal Court and discredit the idea of international justice in general. An analysis of the experience of interaction with the ICC of various states, including the Republic of Côte d'Ivoire, convincingly proves that the decision of the Russian Federation to withdraw its signature under the Rome Statute of the International Criminal Court is justified and meets the national interests of Russia.

Key words: international justice, International Criminal Court, international law, legal system, implementation of international law.

**THE USE OF INFORMATION AND COMPUTER TECHNOLOGIES
IN PHYSICAL EDUCATION CLASSES
AT A HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION**

BOLOTNIKOV A., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Physical Education, the University of Management «TISBI»

IMANGULOV R., Associate Professor of the Department of Physical Education, the University of Management «TISBI»

Abstract

The article discusses the use of information and computer technologies in physical education classes at a higher educational institution. The tasks solved by means of information and computer technologies in physical education classes have been determined.

The aim of the study is to study the feasibility of using information and computer technologies in physical education classes at a university. The research methods were questionnaires, quantitative and qualitative analysis of the results. The study of the expediency of using information and computer technologies in physical education classes at the university was carried out based on the University of Management «TISBI» among second year students attending physical education classes, for people by means of questionnaires. The conclusion is made that the use of information technologies makes the process of physical culture lessons modern, taking into account the high level of technological effectiveness, to diversify the

content of lessons, to make them interesting, motivating, to increase the initiative and motor activity of students. Visualization of the performed exercises and the technique of their implementation, individual and group results contributes to a more conscious perception by students of achievements in the field of physical culture, self-improvement, and attitudes towards the need for classes.

Key words: *physical culture, university, information and computer technologies, digitalization.*

THE APPLICATION OF VISUAL ENVIRONMENTS FOR TEACHING STUDENTS ON OBJECT-ORIENTED PROGRAMMING

YAKUNINA E., *senior lecturer, Information Technologies Department, the University of Management «TISBI»*

E-mail: *asd0995@mail.ru*

Abstract

This article discusses the problem of teaching object-oriented programming (OOP) in a higher educational institution. A solution to the problem of teaching the basics of OOP to students majoring in «Applied Informatics» using the visual programming environments: Greenfoot and Alice is proposed. These visual programming environments use technology to teach the basics of programming through the creation of games. Today gamification technology is one of the most promising trends, which cause interest to students in the study of object-oriented programming. With the help of visual programming environments, students develop skills in designing (developing) programs at the level of objects with their properties and methods, developing logical thinking, skills in writing program code in appropriate programming languages, as well as skills of independent work.

Key words: *programming, object, methods, properties, gamification, visual learning environments, object-oriented programming, Alice, Greenfoot.*

УСЛОВИЯ ПОДАЧИ МАТЕРИАЛОВ В ЖУРНАЛ

1. Для издания принимаются ранее не опубликованные авторские материалы – научные (практические) статьи, обзоры (обзорные статьи), рецензии, соответствующие тематике научно-информационного журнала «Вестник «ТИСБИ».

2. Основные требования к содержанию авторских материалов (научная статья, обзор, рецензия на монографию, учебник, рецензия на научную статью).

Научная (практическая) статья. Во вводной части должны быть обоснованы актуальность и целесообразность разработки темы (научной проблемы или задачи). В основной части статьи путем анализа и синтеза информации необходимо раскрыть исследуемые проблемы, пути их решения, обоснования возможных результатов, их достоверность. В заключительной части – подвести итог, сформулировать выводы, рекомендации, указать возможные направления дальнейших исследований.

Обзор (обзорная статья). В обзоре должны быть проанализированы, сопоставлены и выявлены наиболее важные и перспективные направления развития науки (практики), ее отдельных видов деятельности, явлений, событий и пр. Материал должен носить проблемный характер, демонстрировать противоречивые взгляды на развитие научных (практических) знаний, содержать выводы, обобщения, сводные данные.

Рецензия на монографию, учебник – анализ, критический разбор, оценка научного произведения (кроме диссертационных исследований) в жанре газетно-журнальной публицистики. Заглавие рецензии допускается заменять библиографическим описанием рецензируемого произведения. Библиографическое описание оформляется согласно ГОСТ 7.1–2003.

Рецензия на научную статью – отзыв на научную работу перед ее публикацией. Рецензия, которая направляется в научно-информационный журнал «Вестник «ТИСБИ» почтой, электронной почтой (в сканированном виде), по факсу или лично, должна раскрывать актуальность, значимость, научно-теоретическую методологическую и практическую ценность статьи, содержать оценку, характеристику работы, выводы.

2.1. Оформление авторских материалов

В редакцию журнала УВО «Университет управления «ТИСБИ» следует направлять авторские материалы, включающие следующие элементы: индекс УДК (Универсальной десятичной классификации), заглавие публикуемого материала, сведения об авторах, аннотацию, ключевые слова, текст публикуемого материала, список литературы.

Заглавие публикуемого материала, сведения об авторах, аннотацию, ключевые слова и список литературы для публикации в научно-информационном журнале «Вестник «ТИСБИ» необходимо представлять в редакцию журнала УВО «Университет управления «ТИСБИ» на русском и английском языках.

Материалы, направляемые в издание, должны иметь рецензию доктора или кандидата наук (для аспиранта и соискателя ученой степени – кандидата экономических наук, для докторанта и соискателя ученой степени доктора наук – доктора наук) согласно положению о рецензировании.

Объем авторского оригинала не должен превышать 0,5 авторского листа (20 тыс. знаков с пробелами), или 10 машинописных (компьютерных) страниц

формата А4, напечатанных через 1,5 интервала; шрифт Times New Roman размером (кеглем) – 14.

Примечание. При последующей публикации материалов в других изданиях автор обязан сделать ссылку на первичную публикацию в Научно-информационном журнале «Вестник «ТИСБИ» (название журнала, номер, год).

2.1.1. Заглавие должно быть кратким и отражать суть тематического содержания материала. После заглавия необходимо указать сведения об авторах, составителях и других лицах, которые участвовали в работе над рукописью.

2.1.2. Сведения об авторах включают следующие элементы:

- инициалы и фамилию автора;
- ученую степень, ученое звание;
- должность или профессию;
- место работы, учебы (наименование учреждения или организации, населенного пункта), включая подразделение (кафедра, факультет);
- контактную информацию (E-mail или другую контактную информацию для указания в журнале и на сайте издательства);
- наименование страны (для иностранных авторов). Имя автора приводится в именительном падеже. В коллективных работах имена авторов приводятся в принятой ими последовательности.

2.1.3. Аннотацию оформляют согласно ГОСТ 7.9-95, ГОСТ Р 7.0.4-2006, ГОСТ 7.5-98 объемом не более 500 печатных знаков. Ее помещают после сведений об авторах рукописи.

2.1.4. Ключевые слова выбирают из текста материала (кроме передовых статей, докладов, тезисов докладов, научных сообщений, писем в редакцию) и помещают отдельной строкой после аннотации перед текстом публикуемой рукописи. Ключевые слова приводятся в именительном падеже.

2.1.5. Список литературы. Библиографическая часть аппарата статьи должна быть представлена библиографическими ссылками (ГОСТ 7.05-2008) и библиографическими списками в конце материала (раздел «Список литературы»). При этом автор отвечает за достоверность сведений, точность цитирования и ссылок на официальные документы и другие источники. Иностранное написание слов приводится в скобках, кроме ссылок на литературу.

3. Материалы направляются по e-mail (электронной почте) vestniktisbi@yandex.ru в редакцию журнала УВО «Университет управления «ТИСБИ»» техническому секретарю журнала Лопатиной Екатерине Николаевне.

4. Статьи, направленные в редакцию журнала УВО «Университет управления «ТИСБИ»» без выполнения требований настоящих условий публикации, не рассматриваются.

5. В случае отклонения статьи научно-исследовательская часть УВО «Университет управления «ТИСБИ»» направляет автору мотивированный отказ.

Примечание. По всем вопросам публикации и работы редакции журнала обращаться к главному редактору – доктору экономических наук, профессору УВО «Университет управления «ТИСБИ»» Ельшину Леониду Алексеевичу (e-mail: Leonid.Elshin@tatar.ru; тел.: 8(843)294-83-33) и техническому секретарю журнала – Лопатиной Екатерине Николаевне (e-mail: vestniktisbi@yandex.ru; тел.: +7(951)895-94-96).

Приглашаем всех к сотрудничеству!

Подписано в печать 15.06.21 Дата выхода в свет: 24.06.2021
Печать ризографическая Формат бумаги 70х100/16 Гарнитура Arial Усл.-п.л. 8,06
Тираж 100 экз. Заказ № 66
Цена свободная
Отпечатано в Издательском центре Университета управления «ТИСБИ»
Адрес: 420012, г. Казань, ул. Муштари, 13