



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

**СХVII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

№9(117)



**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО
СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

г. НОВОСИБИРСК, 2022



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам CXVII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 9 (117)
Сентябрь 2022 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2022

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:

Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;

Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова.

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:

Электронный сборник статей по материалам СХVII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2022. – № 9 (117) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/economy/9\(117\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/9(117).pdf).

Электронный сборник статей по материалам СХVII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

ISSN 2310-4082

© ООО «СибАК», 2022 г.

Оглавление

Секция «Маркетинг»	4
СОСТОЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ	4
Крогаль Анна Андреевна	
Секция «Экономика»	11
ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	11
Андросюк Роман Александрович	
НЕДОСТАТКИ КРИПТОВАЛЮТНЫХ БИРЖ И СВЯЗАННЫЕ С НИМИ РИСКИ	16
Разводовская Маргарита Олеговна Лукьянчик Елена Геннадьевна	
РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ МЕЖДУ СУБЪЕКТАМИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ	27
Фон Када Анна-Мария Валерьевна	

СЕКЦИЯ
«МАРКЕТИНГ»

**СОСТОЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
И АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ**

Крогаль Анна Андреевна
магистрант,
кафедра маркетинга,
Институт бизнеса Белорусского
государственного университета,
Республика Беларусь, г. Минск
E-mail: anna.krogal@mail.ru

**STATE OF MODERN INTERNET MARKETING AND CURRENT
DIRECTIONS OF ITS DEVELOPMENT**

Anna Krogal
Master's student,
Department of Marketing,
School of Business of BSU,
Republic of Belarus, Minsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются основные тенденции изменения и развития цифрового маркетинга. Приводится ряд статистических данных, касающихся состояния интернет-маркетинга в Республике Беларусь и в мире. Даны рекомендации и примеры того, как компании используя тренды маркетинга могут значительно поднять уровень продаж, привлечь новых постоянных клиентов, удержать имеющихся и повысить свою узнаваемость на рынке.

ABSTRACT

This article discusses the main trends in the change and development of digital marketing. A number of statistical data concerning the development of Internet marketing in the Republic of Belarus and in the world are considered. Recommendations and examples are given on how companies using marketing trends can significantly

increase sales, attract new regular customers, retain existing ones and increase their awareness in the market.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, реклама, тренды, видеоконтент, аудиоконтент, чат-боты, искусственный интеллект.

Keywords: internet marketing, advertising, trends, video content, audio content, chatbots, artificial intelligence.

В настоящее время информационные технологии и стремительное развитие девайсов являются главными факторами влияния на формирование маркетинговых тенденций будущего и являются актуальной темой современных реалий.

Так, в 2021 г. PricewaterhouseCoopers выпустила отчет «The Global consumer: Changes for good», в котором изучались изменения в покупательском поведении. Один из трендов – покупатели стали более «цифровыми». Более половины потребителей со всего мира в опросе показали, что они стали использовать больше цифровых технологий и количество покупок онлайн продолжило расти [1].

На данное изменение в покупательском поведении повлияла вспышка COVID-19, что привело к возникновению новых сложностей, которые требовали технологических решений и ускорили развитие интернет-маркетинга.

В 2022 году креативное агентство We are Social обнародовало отчет «Digital 2022: Belarus», в котором были исследованы основные тенденции по использованию Интернета и социальных сетей в Беларуси. Согласно данному отчету, из 9,44 млн жителей Беларуси интернетом пользуется 8,03 млн. За последние 10 лет количество интернет-пользователей в Беларуси увеличилось более чем в 2 раза, для сравнения, в 2012 г. количество пользователей было всего 3,73 млн [2].

Все вышесказанное свидетельствует о значительном поднятии уровня использования электронных коммуникативных инструментов, и, как следствие, появлению новых трендов в развитии Интернет-маркетинга.

Рассмотрим одни из самых современных трендов интернет-маркетинга.

Видео контент. По статистике Wyzowl's State of Video Marketing 2022, 73% потребителей предпочитают смотреть видео, чтобы узнавать о новых продуктах или услугах. Видео становится более популярным, чем текстовые статьи, инфографика, презентации и электронные книги. Всего 27% покупателей готовы прочитать текстовую статью, веб-сайт, пост и остальные источники. Также, согласно данному отчету, на начало 2022 года 87% опрошенных маркетологов утверждают, что видео помогло им привлечь больше трафика и удерживать внимание. 81% маркетологов говорят, что видео помогло им напрямую увеличить продажи [3].

Таким образом, можно утверждать, что обоснованное использование фирмами видео в маркетинге повышает их экономическую эффективность.

Использование технологий виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности. В маркетинге VR и AR может быть действенным инструментом, который позволит получить реалистичные впечатления от рекламируемых товаров или услуг. По данным компании Shopify, продукты, рекламируемые с использованием VR и AR-контента, имеют показатели конверсии на 94 % выше, чем те, что продвигаются традиционными способами [4]. VR и AR уже используется крупными компаниями. Так, бренд Lamoda предлагает виртуальную примерку вещей.

Еще одна тенденция развития интернет-маркетинга – *аудиомаркетинг и аудиореклама*. Подкасты всё сильнее набирают обороты, люди стали больше общаться с помощью голосовых сообщений.

Генеральный директор СберЗвук Бизнеса, Виктор Христенко говорит: «Согласно исследованиям, 72% слушателей обращают внимание на ролики, размещенные в аудиопотоке, а 68% не против их слушать, если есть информация о скидках или акциях. Канал показывает отличную вовлеченность. Благодаря развитию технологий, работать с ним будет проще и удобнее – маркетологи получают больше инструментов, чтобы проводить эксперименты самостоятельно и снимать результат кампаний в режиме реального времени» [5].

Одним из успешных кейсов использования аудиорекламы можно назвать бренд Maybelline New York, который привлек возможности музыкальной платформы Spotify. Чтобы покупатели взаимодействовали с продуктом, была выстроена связка между продуктом и музыкой: каждая из помад вышла в лимитированной упаковке, на которой был размещен QR-код, ведущий на плейлист жизненной ситуации. После запуска совместной коллекции продажи линейки SuperStay Matte Ink выросли на 157% [6].

Искусственный интеллект (ИИ). Интернет-маркетинг – одно из перспективных направлений для внедрения ИИ. HubSpot предсказывает, что в будущем ИИ вытеснит людей с 99% рабочих мест в телемаркетинге, а исследователи из Высшей школы экономики предсказывают, что уже к 2025 году искусственный интеллект оставит без работы значительную часть маркетологов [7]. Но нужно понимать, что ИИ – это, наоборот, союзник для персонала, а не конкурент, с его применением у маркетологов открываются новые возможности, с точки зрения экономии времени и ресурсов на выполнении рутинных задач.

В интернет-маркетинге ИИ уже сейчас может использоваться в следующих направлениях:

- для сегментирования целевой аудитории и настраивания на основе предпочтений клиентов взаимодействия с ними;
- для сбора и анализа информации онлайн;
- для автоматизации маркетинга и улучшения таргетирования с помощью технологий машинного обучения;
- для выстраивания индивидуального взаимодействия с клиентом;
- для разработки и управление контентом. Уже сейчас машины могут писать небольшие статьи, а в ближайшей перспективе с помощью анализа поведения потребителя искусственный интеллект сможет упростить разработку контент-стратегий.

Персонализация. Бренды, которые предоставляют целенаправленные персонализированные предложения, могут помочь своим потребителям сэкономить время и усилия и, тем самым, повысить их лояльность к продукту.

Персонализированный маркетинг – это личные отношения между брендом и клиентом. Этот прием позволяет узнать больше сведений о потенциальных клиентах и, соответственно, – увеличивает конверсию и продажи. SmarterHQ обнаружил, что 72% покупателей реагируют на маркетинговые сообщения только тогда, когда они адаптированы к их интересам [8].

Примером компании, успешно использующей персонализацию, является Netflix. Пользователям предлагаются для просмотра фильмы и сериалы, соответствующие их интересам и предпочтениям. Рекомендации Netflix опираются на анализ предшествующих выборов пользователя, а также сопоставление его запросов с предпочтениями группы людей с похожими интересами. Система строит предложение, начиная с самых популярных в этой группе пользователей фильмов, сопоставляя их описания с уникальными предпочтениями клиента.

Оптимизация под визуальный поиск. Визуальный поиск – это новая практика, когда люди могут загружать изображения в качестве поискового запроса. Алгоритм работает следующим образом: пользователь загружает изображение в поиск, алгоритм поисковой системы идентифицирует объекты, которые содержит изображение, и следом ищет медиафайлы, которые содержат аналогичные объекты.

Например, Pinterest запустил Lens – инструмент визуального поиска, который позволяет пользователям сфотографировать предмет, чтобы узнать, где его купить в Интернете, найти похожие продукты или просмотреть доски с похожими предметами. С момента запуска у компании наблюдался 140-процентный рост использования визуального поиска [9]. По такому принципу работает Google Lens.

В связи с этим, перспективным направлением работы для сайтов становится оптимизация под визуальный поиск, которая может принести владельцам бизнеса дополнительный источник качественного трафика, дать возможность привлечь новых клиентов и получить преимущество перед конкурентами.

Оптимизация сайта для голосового поиска. Все более широкое использование голосового поиска подтолкнуло компании к переосмыслению своих стра-

тегий цифрового маркетинга. Вот, что показывает статистика использования голосового поиска [10]:

- 20% всех поисковых запросов в Интернете выполняются с помощью голоса;
- 58% потребителей использовали голосовой поиск, чтобы найти информацию о местных локациях, интернет-магазинах, товаров;
- 40% взрослых ежедневно пользуются голосовым поиском;
- Каждый месяц выполняется 1 миллиард голосовых запросов.

С учетом сказанного, компаниям следует обратить внимание на то, как их сайт работает в голосовых результатах. Стратегия SEO должна охватить тех, кто использует как ключевые слова, так и голосовой поиск в своих запросах. Поиск с помощью голоса включает в себя большее количество разных запросов по одной и той же теме. Например, с компьютера или смартфона мы вводим «погода в Минске». Но у голосового помощника мы спрашиваем «какая сегодня погода в Минске?» или «идёт ли дождь в Минске?». Поэтому, чтобы эффективно продвигаться по голосовым запросам, нужно учесть все разнообразие поисковых фраз.

Оптимизация под голосовой поиск позволит увеличить трафик на сайт, повысить его конверсию, улучшить пользовательский опыт, так как голосовые запросы набираются намного быстрее и тем самым экономят время потенциальных клиентов.

Таким образом, вынужденная изоляция и ускоренная диджитализация во время пандемии поспособствовали формированию новых привычек использования Интернета. В этой связи, компаниям важно быть гибкими и идти в ногу с меняющимися условиями рынка, оставаться на волне спроса и интереса клиентов и правильно выбирать тенденции интернет-маркетинга. С помощью основных трендов и инструментов, доминирующих в сфере интернет-маркетинга, таких как использование видео и аудио, VR и AR в продвижении продуктов, использование систем искусственного интеллекта, оптимизация под голосовой, визуальный поиск и персонализированный опыт, компании могут значительно

поднять уровень продаж, привлечь новых постоянных клиентов, удержать имеющихся и повысить свою узнаваемость на рынке.

Список литературы:

1. The global consumer: Changed for good [Электронный ресурс] // PricewaterhouseCoopers. – URL: <https://www.pwc.com/gx/en/consumer-markets/consumer-insights-survey/2021/gcis-june-2021.pdf> (дата обращения: 01.08.2022)
2. Чем живет виртуальная Беларусь [Электронный ресурс] // Экономическая газета. – URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/digital-2022-ispolzovanie-interneta-i-socsetej-v-belarusi/> (дата обращения: 06.08.2022)
3. Video Marketing Statistics 2022 [Электронный ресурс] // Wyzowl. – URL: <https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/> (дата обращения: 04.03.2022)
4. Использование AR и VR в Ecommerce [Электронный ресурс] // Admitad Startup Studiohttps. – URL: <https://admitad.pro/ru/blog/ar-i-vr-v-ecommerce> (дата обращения: 10.03.2022)
5. Тренды аудиомаркетинга 2022 [Электронный ресурс] // СберЗвук Бизнес. – URL: <https://sberzvuk-b2b.ru/blog/77> (дата обращения: 07.03.2022)
6. Как продать помаду с помощью музыки: российский кейс Spotify и Maybelline New York [Электронный ресурс] // Sostav.ru. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/kak-prodat-pomadu-s-pomoshchyu-muzyki-rossijskij-kejs-spotify-i-maybelline-new-york-51288.html> (дата обращения: 21.03.2022)
7. Искусственный интеллект в маркетинге: где его используют и как внедрить уже завтра [Электронный ресурс] // vc.ru. – URL: <https://vc.ru/u/818897-aleksey-hizhov/346249-iskusstvennyu-intellekt-v-marketinge-gde-ego-ispolzuyut-i-kak-vnedrit-uzhe-zavtra> (дата обращения: 12.03.2022)
8. Privacy and Personalization [Электронный ресурс] // SmarterHQ. – URL: <https://c.smarterhq.com/resources/Privacy-Personalization-Report.pdf?mtime=20200616175059&focal=none> (дата обращения: 22.04.2022)
9. 38 Digital Marketing Trends You Can't Ignore in 2022 [Электронный ресурс] // Single Grain. – URL: <https://www.singlegrain.com/digital-marketing/digital-marketing-trends-2022/> (дата обращения: 23.04.2022)
10. 50+ Voice Search Stats to Help You Rethink Your Strategy in 2022 [Электронный ресурс] // TechJury. – URL: <https://techjury.net/blog/voice-search-stats/#gref> (дата обращения: 24.03.2022)

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

**ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Андросюк Роман Александрович
магистрант 1-го курса магистратуры,
Кировский филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Киров
E-mail: ms.vonkada@mail.ru

**HISTORICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE PUBLIC
PROCUREMENT SYSTEM IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Roman Androsyuk
1st year Master's degree student,
Kirov branch of RANEPА,
Russia, Kirov

АННОТАЦИЯ

В ходе проведенной работы были проанализированы некоторые этапы развития системы государственных закупок в России, от начала их становления еще в XVII веке до современности. Показано, что государственные закупки необходимы для удовлетворения существующих потребностей населения и самого государства.

ABSTRACT

In the course of the work carried out, some stages of the development of the public procurement system in Russia were analyzed, from the beginning of their formation in the XVII century to the present. It is shown that public procurement is necessary to meet the existing needs of the population and the state itself.

Ключевые слова: государственные закупки, государственный заказ, государственное управление, государственная политика.

Keywords: public procurement, public order, public administration, public policy.

Анализ исторического опыта возникновения и развития системы государственных закупок является одним из важнейших элементов исследования, с помощью которого можно учитывать все особенности становления системы и в дальнейшем выработать определенные рекомендации. Основы существующей системы были заложены еще в 17 веке во времена правления царя Алексея Михайловича Романова. В июле 1654 года был опубликован «Указ по условиям доставки муки и сухарей в город Смоленск». В данном Указе прослеживались признаки государственного заказа: отбор исполнителей, условия поставки и сроки исполнения заказа [1].

Во времена правления Петра I был сформирован аппарат управления (Сенат), в подчинение которого находились приказы и канцелярии. В 1715 году была создана Канцелярия подрядных дел, для управления государственными контрактами и именно в этой время появились первые публичные конкурсы и торги с подрядчиками.

Регулирование государственных закупок прослеживается в Регламенте Адмиралтейства и верфи, изданного в 1721 году, в котором детально описывался процесс торгов и закрепилась в истории занимательная традиция того времени, получившее название «сидение при свечах».

Так как объявления о государственном заказе размещались на городских воротах и за подготовку отвечали обер-комиссар и полицмейстер, в указанное место должны были прибывать подрядчики, где обер-комиссар объявлял цену за выполнение заказа, а поставщики писали все свои условия.

После того как все заявки были приняты, поставщиков приглашали еще трижды в коллегия для торгов и выяснения наименьшей цены. Тем временем, подряд утверждался, и зажигалась специальная «суточная» свеча. Во время горения которой, любой подрядчик мог одуматься и предложить наиболее низкую цену и утвержденный заказ отдавался ему. Но в том случае, если свеча догорала, изменить цену было уже невозможно.

В истории государственных закупок должное внимание уделяется такому указу как Регул провиантского правления Елизаветы Петровны, датируемый 1758 годом. Документ предназначался поставкам продовольствия, а именно хлеба, особое внимание уделялось публикациям и рекламе об объявлении торгов, не проводились публикации на землях в силу их добывающего характера. Каждому участнику сообщались все условия, цена и в назначенное время давался последний торг, подряд переходил к самому уступчивому.

Следующий период совпал с проведением реформы государственного управления в период 1775-1776 гг. Был издан акт, «Учреждение о губерниях». В статье 118 данного Указа были определены все правила и проведения торгов. Уполномоченным органом, осуществляющим все функции контроля и регулирования закупок, была Казенная палата. Контракты могли заключаться только на сумму, не превышающую 10 000 рублей, и закреплялось ограничение сроком более 4 лет.

Слаженная система управления заказом имела и свои недостатки, в связи с тем, что выросло число конкурсов, участники часто допускали возможность нецелесообразного использования и распределения бюджета. Чиновники и купцы договаривались между собой на выгодных условиях, тем самым нарушая принципы законности процесса. Такая практика привела к определенным негативным последствиям.

Именно поэтому, при правлении Александра I вводятся новые правила проведения и осуществления торгов. Так, участник, который находил какие-либо нарушения в торгах, мог в течение 7 дней подать жалобу, что автоматически останавливало весь процесс до проведения проверки.

Впоследствии в период до 1917 года было принято «Положение о казенных подрядах и поставках». В данном положении закрепились 3 процедуры проведения торгов, которые, можно сказать, легли в основу современной системы государственных закупок. Одним из способов были изустные торги, аналог современных аукционов, затем проходили торги в закрытых объявлениях и смешанные торги.

Торги, проводимые изустным путем, подразумевали собой аукционы, проведение которых осуществлялось с помощью запечатанных объявлений.

В отличие от современного этапа развития закупок, предшествующий подразумевал, что при торгах с закрытыми конвертами цена, назначенная из казны, не озвучивалась, если участники закупки предлагали стоимость, ниже стоимости начального лота. Если же среди участников не было предложено ни одного достойного варианта, то цена, назначенная из казенных денег, озвучивалась, а всем участникам был дан отказ.

В период советского союза осуществление и реализация закупочной деятельности потребовали новых изменений, порой даже кардинальных.

Проведение новой экономической политики оставило существенный след в истории государственных закупок в Российской Федерации, так, в период с 1921 по 1927 год было принято положение о государственных подрядах [1].

Военные годы характеризуются сложным периодом не только для государственных закупок, но и в целом для экономики страны.

Становление современного этапа развития государственных закупок связано, прежде всего, с переходом экономических отношений между субъектом и объектов абсолютно в иную плоскость. Так, на смену жесткому контролю приходят свободные рыночные отношения, что, безусловно, привело к разрушению и уничтожению института государственных закупок, существовавшего на тот период времени. Новые экономические реалии потребовали от государства принятия обновленных нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность такой важной и жизнеобеспечивающей отрасли.

В Указе Президента Российской Федерации от 8 апреля 1997 года № 305 «О первоочередных мерах по предотвращению коррупции и сокращению бюджетных расходов при организации закупки продукции для государственных нужд» была сформирована методология и технология процедур государственных закупок. Данный Указ полностью регламентировал деятельность заказчиков и регулировал все вопросы между поставщиком и заказчиком. Согласно

данному Указу, все заказчики в обязательном порядке должны учитывать все требования и совершать закупки по правилам.

21 июля 2005 года был издан новый Федеральный закон №94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных служб», предусматривавший все основные принципы контрактной системы. В законе были закреплены условия для создания конкуренции, эффективное использование бюджетных средств. Также стало обязательным публикация, о проводимых торгах и закупок в Единой информационной системе www.zakupki.gov.ru. Закрепилось понятие начальной максимальной цены, и был введен запрет на закрытые торги, кроме закупок, составляющие государственную тайну. Контрактная система начала соответствовать одному из главных принципов, прозрачности и экономия средств стала значительной.

Таким образом, начиная с XVII века, деятельность в сфере закупок формировалась и совершенствовалась, реагируя на все периоды в истории. Несмотря на все кризисы и распады, институт государственных закупок развивался на протяжении этого времени и на сегодняшний день, мы имеем более систематизированную систему, регулирующую всю закупочную деятельность.

Список литературы:

1. Новицкая Е.И. История становления и развития отношений, связанных с государственными закупками в России, их правовое закрепление // Ведомости уголовно-исполнительной системы. – 2019. – №10 (161). – С. 10-14

НЕДОСТАТКИ КРИПТОВАЛЮТНЫХ БИРЖ И СВЯЗАННЫЕ С НИМИ РИСКИ

Разводовская Маргарита Олеговна

*студент 2 курса,
Лингвистический факультет,
Барановичский Государственный Университет,
Республика Беларусь, г. Барановичи
E-mail: razvodvoskam@gmail.com*

Лукьянчик Елена Геннадьевна

*научный руководитель, магистр экономических наук,
Барановичский Государственный Университет,
Республика Беларусь, г. Барановичи*

DISADVANTAGES OF CRYPTOCURRENCY EXCHANGES AND ASSOCIATED RISKS

Margarita Razvodovskaya

*Student 2 term,
Faculty of Linguistics,
Baranovichi State University,
Republic of Belarus, Baranovichi*

Elena Lukyanchik

*Scientific adviser,
Master of Economic Sciences
Baranovichi State University,
Republic of Belarus, Baranovichi*

АННОТАЦИЯ

Цель данной статьи – разобрать основные недостатки криптовалютных бирж на примере реальных кейсов, имевших место с 2017 по 2022 года. В основе исследования лежат отчёты различных организаций, таких как Chainalysis и Financial Stability Board, крупные овалы цен и зафиксированные случаи киберпреступности, связанные с рынком цифровых валют. Кроме того, оценивается реакция инвесторов и государств на развитие криптовалют и возможность государственного регулирования биржи, а также узаконивания цифровых валют и использования их как средств расчёта наряду с национальными валютами. В результате заключается, что, несмотря на все связанные риски для инвесторов и

трейдеров, криптовалютные биржи становятся всё более популярны, что постепенно подводит их к признанию государствами цифровых валют как реального финансового сектора.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the main disadvantages of cryptocurrency exchanges on the example of real cases that took place from 2017 to 2022. The study is based on reports from various organizations such as Chainalysis and the Financial Stability Board, large price drops and recorded cases of cybercrime associated with the digital currency market. In addition, the reaction of investors and states to the development of cryptocurrencies and the possibility of state regulation is assessed, as well as the legalization of digital currencies and their use as a means of payment along with national currencies. The result is that, despite all the associated risks for investors and traders, cryptocurrency exchanges are becoming more and more popular, which is gradually leading them to the recognition of digital currencies by states as a real financial sector.

Ключевые слова: криптовалюта, цифровые валюты, биткоин, криптовалютные биржи, блокчейн, регулирование рынка, государственное регулирование, ликвидность, волатильность, обвал цен, спекуляции.

Keywords: cryptocurrency, digital currencies, bitcoin, cryptocurrency exchanges, blockchain, market regulation, government regulation, liquidity, volatility, price collapse, speculation.

Введение

Криптовалютные биржи уже довольно долгое время являются популярной инвестиционной платформой, альтернативной финансовым биржам, связанным с фиатными деньгами. Упрощённые транзакции, почти полное отсутствие налогообложения и государственного регулирования становятся основной причиной входить в криптовалютный рынок, однако нередко инвесторы и трейдеры либо невнимательны к недостаткам криптовалютных бирж и возможным рискам, ли-

бо не знают о части из них. Бывают также ситуации, когда опытные трейдеры и инвесторы теряют финансы вследствие резкого обвала цен криптовалют или же киберпреступности, но в некоторых случаях можно сказать, что кажущиеся недостатком низкая ликвидность и высокая волатильность, наоборот, стимулируют биржевых игроков. В данной статье мы рассмотрим основные недостатки криптовалютных бирж, насколько сильно их влияние на инвестиции и возможно ли преодоление рисков на современном этапе.

Усиление регулирования рынка

Криптовалюта изначально задумывалась как независимая альтернатива национальным валютам, и до 2021 года её масштабное согласованное регулирование не представлялось необходимым шагом. Сейчас же многие страны начинают всерьёз задумываться над прямым законодательным регулированием криптовалютных бирж в связи с возрастающим объёмом транзакций и ростом кибер-преступности.

Так, компания из Сингапура Chainalysis, предоставляющие программное обеспечение, услуги и исследования в сфере кибербезопасности и блокчейна различным организациям в более чем 70 странах, проанализировала объёмы криптовалютных транзакций за 2017-2021 год и установила, что в 2021 году он вырос до \$15,8 трлн, а незаконные адреса в 2021 году получили \$14 млрд против \$7,8 млрд в 2020 году. [1]

За 2021 г. капитализация рынка криптовалют выросла в 3,5 раза и достигла \$2,6 трлн, но с тех пор снизилась и на май 2022 г. находится на отметке \$1,8 трлн, что всё равно составляет существенную цифру. Анализируя показатели капитализации криптовалютного рынка за всё время его существования, темп роста увеличился в конце 2020 г., что, предположительно, связано с экономическими изменениями в связи с пандемией. 1 апреля 2021 года значение достигло рекордных \$2.1 трлн.

До сих пор платформы криптоактивов не представляли рисков для глобальной финансовой стабильности, отмечается в докладе Совета по финансовой стабильности (Financial Stability Board) за 2018 г. Причина лежит в небольшой

доле глобальных финансовых активов, приходящихся на криптовалюту – всего 1%. Из-за отсутствия законодательного регулирования криптоактивы пока широко не используются в критически важных финансовых сервисах, включая платежи, от которых зависит реальная экономика.

Однако уже в докладе 2018 года СФС заявили, что за криптовалютной биржей должен быть установлен бдительный мониторинг из-за скорости развития сферы и недостатка данных из-за отсутствия центрального контроля. Подытоживается, что «они [криптовалютные биржи] вызывают другие серьезные опасения, включая защиту потребителей и инвесторов, целостность рынка и отмывание денег/финансирование терроризма среди прочего». [2] В том же докладе Комитетом по платежам и рыночной инфраструктуре (Committee on Payments and Market Infrastructures) был предложен план по инновациям, включавший в себя информационно-разъяснительную работу в отношении цифровой валюты центрального банка (CBDC), мониторинг CBDC и частных цифровых токенов, а также анализ безопасности и эффективности цифровых валют.

И 16 февраля 2022 г. СФС был опубликован доклад [3], в котором признали растущее влияние криптовалютных бирж и потенциальную угрозу со стороны этого сектора для глобальной финансовой стабильности. Тенденция к запросам по регулированию рынка криптовалют распространяется не только на необеспеченные криптовалюты (биткойн – наиболее распространенная в мире криптовалюта – и альткойны), но и на стейблкойны, главное отличие которых – существование специальной системы, предназначенной для органичения волатильности их курса. Причина внимания к обоим разновидностям криптоактивов заключается именно в отсутствии правового регулирования обеспечения активами.

До этого, в 6 октября 2021 года КПРИ опубликовал отчет, где указывал на необходимость стейблкоинов соответствовать тем же принципам регулирования, которым следуют крупные поставщики инфраструктуры финансового рынка. [4]

Место традиционных финансовых институтов постепенно вытесняют децентрализованные финансы (DeFi), предоставляющие набор сервисов и прило-

жений, разработанных с использованием блокчейна, криптовалют/токенов и смарт-контрактов. Капитализация рынка на данный момент составляет \$122 млрд, и с большой вероятностью будет продолжать расти после недавнего падения в апреле 2022 г.

В 2017 году ни один из регуляторов Европейского союза не был намерен принять какие-либо правила регулирования криптовалютной деятельности. В обзоре законодательного регулирования криптовалют в отдельных странах от KPMG отмечается, что большинство стран либо никак прямо не регулируют криптовалюты, либо только подходят к методам правового обеспечения, например как внесение изменений в Директиву ЕС о борьбе с отмыванием денежных средств и публикация проектов о регулировании налогообложения видов деятельности, связанных с обращением криптовалют (Израиль), либо контролируют криптовалютную биржу, не всегда признавая биткоины и другие криптовалюты как цифровые деньги.

К 2022 году в большинстве стран Европейского союза, США, Канаде, Индии и Австралии операции с криптовалютой облагаются налогом и подпадают под действие законов о предупреждении отмывания денег и финансирования терроризма. Но наблюдается и тенденция узаконивания биткоина: с сентября 2021 г. Сальвадор начал использовать биткоин в качестве средства расчётов наряду с долларом США. Биткоин в случае Сальвадора – это привлечение инвесторов, а не бытовые нужды, так как 70% населения не имеют доступа к банковским услугам, а около 50% – к интернету. В противовес этому Китай, на который в 2020 г. приходилось более половины мирового майнинга биткоинов, ввел полный запрет на любые операции с криптовалютой. Помимо этого, ещё 7 стран запретили использование криптовалют: Египт, Ирак, Катар, Марокко, Алжир, Тунис, Бангладеш и Оман.

С популяризацией NFT (non-fungible token), роста криптовалютных инвестиций, условием упрощённой и удешевлённой транзакции, пришло и более широкое распространение криптовалют. В индексе принятия криптовалют в

экономику лидируют Таджикистан, Молдова и Гаити, из которых только Молдова имеет высокий уровень доходов. [5]

Причина внимания к криптовалютам среди населения объясняется возможностью заработать больше ввиду отсутствия налогообложения и контроля, а также защитить доходы от девальвации национальных валют. Например, в 2019 году инфляция в Аргентине превысила 50%, что привело к значительному спаду курса аргентинского песа, введение ограничения на покупку доллара США ЦБ Аргентины, вследствие чего объём торгов криптовалютой на обменном сервисе LocalBitcoins вырос в 2,5 раза. [6]

В то же время, регуляторы отмечают большое количество рисков, начиная от простого мошенничества [7] и использования криптовалюты для отмывания денег [8], заканчивая рисками финансовой стабильности [9], что говорит о спорности регулирования криптовалютных бирж, а также отсутствию выгоды их полного запрета, так как даже с учётом возможных издержек это всё ещё популярная инновационно-инвестиционная сфера.

Ликвидность и волатильность

В статье «Связность ликвидности на рынке криптовалют» в результате исследования динамичности риска ликвидности шести следующих криптовалют: Bitcoin (BTC), Litecoin (LTC), Ethereum (ETH), Ripple (XRP), Monero (XMR), и Dash, делается вывод об умеренной связности ликвидности, при чём отмечается, что «связность ликвидности на рынке криптовалют более выражена в краткосрочной перспективе, чем в среднесрочной и долгосрочной». [10]. Такая характеристика верна для наиболее популярных криптовалют: биткойна, лайткоина и риппла. Краткосрочность кластеризации с ограниченной ликвидностью в основном связана со спекулятивными целями инвесторов, в то время как долгосрочность кластеризации базируется на использовании криптовалюты в качестве долгосрочных активов.

В другом исследовании анализируется взаимосвязь между волатильностью ликвидности и доходностью пяти криптовалют с большой капитализацией: Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Bitcoin Cash (BCH), Litecoin (LTC), Ripple

(XRP). Результаты показывают, что существует положительная связь между волатильностью ликвидности и доходностью в целом, что говорит о готовности инвесторов к риску ликвидности при компенсации большей доходностью. [11]

Однако, как можно заметить, в основном исследованиями учитываются наиболее популярные криптовалюты, в то время как для криптовалют меньшей популярности будет характерна низкая ликвидность. Новым криптовалютам сложнее поднять свою ликвидность из-за отсутствия их на биржевых площадках или в торгах. Низкая ликвидность говорит о том, что из-за нестабильности криптовалют и больших рисков их сложнее выгодно обменять на фиатные деньги или другие криптоактивы. Одной из проблем криптовалютного оборота является и то, что такой рынок не имеет гарантий, не обеспечен законом или контролирующими переменными. По данным соотношения биткоина к доллару США видно, что за год в период с 2021 по 2022 год было три крупных и резких падения, сопровождающихся скачкообразными подъемами.

На показатели ликвидности криптовалют также влияют факторы обмена активами, приема виртуальных монет для оплаты товаров и услуг, возможность покупки цифровых активов в банкоматах, их связи с банковским сектором через карты, регулирование государством криптовалют. Как уже говорилось, государственное регулирование ограничивается либо налогообложением, либо контролем за отмыванием денег через криптовалюты. И даже в случае, если инвесторы готовы идти на риски ликвидности, высокая волатильность криптовалют может неожиданным образом отразиться на инвестициях. Так, в 2017 году биткоин вначале показал рост с \$700 до почти \$20 000, после чего резко опустился до нижней точки в \$3000, что сопровождалось также кражей 700 тысяч монет биткоина с биржи Mt. Gox.

Обвал цены

На данный момент курс биткоина снова резко пошел вниз, и такая тенденция повторяется ежегодно. В мае 2022 г. цена биткоина опускалась ниже \$30 тыс. и, по различным оценкам, может упасть ниже \$27 тыс. в ближайшей пер-

спективе. На фоне этого свыше 40% инвесторов, вложивших деньги в биткойн, потеряли свои деньги.

Обвал цен биткойна, а за ним – и других цифровых активов – может быть связан с различными событиями. 13 марта 2020 года курс биткойна упал ниже 5000, что могло быть связано с решением присутствовавших на крипторынке институциональных инвесторов выйти с криптовалютной биржи из-за рисков. Причинами Великого криптокраха 2018 года одни экономисты считают тот факт, что на фоне стремительного роста криптовалют часть государств выбрала путь в сторону обеспечения безопасности экономики и приняла ограничительные меры в адрес криптоактивов (так, Южная Корея запретила торговлю криптовалютой, снизив цену биткойна на 12%), поскольку ситуация напоминала «экономический пузырь» [12]. Другое мнение базируется на выходе инвесторов с криптовалютного рынка в период роста мошенничества и киберпреступности.

Тем не менее, падение курса криптовалют не оказывает действительно существенного влияния на реальный экономический сектор, но оно несёт серьёзные финансовые потери для инвесторов и репутации криптовалютной биржи.

Информационная безопасность

Для решения проблемы киберпреступности в сфере криптовалютных бирж на данном этапе применяется технология блокчейн, которая представляет собой децентрализованное управление системой и возможностью для каждого пользователя самостоятельно контролировать проходящие транзакции, обеспечивая максимальную прозрачность.

Тем не менее, эта технология подвержена как современным кибератакам, так и традиционным. Более того, возможна ситуация «Атака 51%», которая характеризуется как уязвимость PoW-блокчейнов, с помощью которой злоумышленник захватывает контроль над подтверждением транзакций и генерацией блоков. Так, в мае 2018 года группа хакеров получила контроль над 51% сети альткойна Bitcoin Gold, что позволило им украсть \$18 млн в криптовалюте у Bittrex, Binance, Bitinka, Bithumb и Bitfinex. И это лишь один пример из множе-

ства других. Однако, стоит отметить, что чаще таким «атакам» подвержены новые криптовалюты, которые ещё не успели закрепиться на рынке.

Заключение

Криптовалютный рынок сильно подвержен обвалам, зачастую непредсказуемым, но при этом имеющим тенденцию повторяться в короткие промежутки времени, и сильным снижениям котировок.

Новые криптовалюты ненадежны, а потому зачастую выбирают те активы на криптовалютной бирже, которые дольше на рынке и имеют наибольшую популярность. С одной стороны, это позволяет с большей уверенностью рассчитывать на сохранение или даже увеличение денежного объёма, с другой – снижает вероятность появления большого количества новых криптовалют, на которые редко ориентируются, например, покупатели биткоина.

И наиболее серьёзными проблемами можно назвать информационную небезопасность – существует множество примеров успешных кибератак с последующим банкротством бирж и существенными денежными потерями инвесторов – и усиление государственного регулирования криптовалют, хотя последнее было вполне ожидаемо при популяризации необеспеченных цифровых активов. Рекомендации к защите активов зачастую сводятся к распределению их между различными биржами, использующими блокчейн для защиты.

Несмотря на слабую обеспеченность криптовалют стабильностью и безопасностью, данный экономический сектор всё больше привлекает различных инвесторов и трейдеров, рассчитывающих на увеличение его доли в мировой экономике и на стабилизацию основных валют, например биткоина и стейблкоина. Кроме того, почти полное отсутствие долгосрочного плато высоких и низких показателей цены создаёт не только риски потери финансов, но и их приумножения, поэтому опытным биржевым игрокам, спекулирующим на национальных валютах, цифровые валюты открывают новые возможности быстрого получения прибыли.

Список литературы:

1. Crypto Crime Trends for 2022: Illicit Transaction Activity Reaches All-Time High in Value, All-Time Low in Share of All Cryptocurrency Activity. – Текст : электронный // Chainalysis : [сайт]. – URL: <https://blog.chainalysis.com/reports/2022-crypto-crime-report-introduction/> (дата обращения: 10.05.2022).
2. Financial, S.B. Crypto-assets. Report to the G20 on work by the FSB and standard-setting bodies / S.B. Financial. – Текст : электронный // Financial Stability Board : [сайт]. – URL: <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/P160718-1.pdf> (дата обращения: 10.05.2022).
3. Cryptocurrency market. – Текст : электронный // TradingView : [сайт]. – URL: <https://www.tradingview.com/markets/cryptocurrencies/global-charts/> (дата обращения: 12.05.2022).
4. Application of the Principles for Financial Market Infrastructures to stablecoin arrangements. – Текст : электронный // IOSCO : [сайт]. – URL: <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD685.pdf> (дата обращения: 11.05.2022).
5. The World by Income and Region. – Текст : электронный // WORLD BANK : [сайт]. – URL: <https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/the-world-by-income-and-region.html> (дата обращения: 11.05.2022).
6. LocalBitcoins Volume (Argentina). – Текст : электронный // Coin Dance : [сайт]. – URL: <https://coin.dance/volume/localbitcoins/ARS> (дата обращения: 10.05.2022).
7. NASAA Reveals Top Investor Threats for 2022. – Текст : электронный // NASAA : [сайт]. – URL: <https://inlnk.ru/agGMv6> (дата обращения: 13.05.2022).
8. Tom, Sadon Money laundering: the key to cryptocurrency crime / Sadon Tom. – Текст : электронный // Cognyte : [сайт]. – URL: <https://www.cognyte.com/blog/anti-money-laundering-cryptocurrency/> (дата обращения: 13.05.2022).
9. Tobias, Adrian Global Crypto Regulation Should be Comprehensive, Consistent, and Coordinated / Adrian Tobias. – Текст : электронный // IMFBlog : [сайт]. – URL: <https://blogs.imf.org/2021/12/09/global-crypto-regulation-should-be-comprehensive-consistent-and-coordinated/> (дата обращения: 12.05.2022).
10. Liquidity connectedness in cryptocurrency market / Hasan Mudassar. – Текст : электронный // : [сайт]. – URL: <https://jfin-swufe.springeropen.com/track/pdf/10.1186/s40854-021-00308-3.pdf> (дата обращения: 13.05.2022).

11. Thomas, Leirvik Cryptocurrency returns and the volatility of liquidity / Leirvik Thomas. – Текст : электронный // ScienceDirect : [сайт]. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1544612321001124> (дата обращения: 10.05.2022).
12. Бурьгин И.Е., Остроумова Д.В. ВЛИЯНИЕ БЛОКЧЕЙН НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ // Стратегии бизнеса. 2021. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-blokcheyn-na-razvitie-ekonomiki-rossii> (дата обращения: 12.05.2022).
13. КМРГ Обзор законодательного регулирования криптовалют в отдельных странах / КМРГ. – Текст : электронный // : [сайт]. – URL: <https://inlnk.ru/LA5ewn> (дата обращения: 09.05.2022).
14. Financial, S.B. Assessment of Risks to Financial Stability from Crypto-assets / S.B. Financial. – Текст : электронный // Financial Stability Board : [сайт]. – URL: <https://www.fsb.org/wp-content/uploads/P160222.pdf> (дата обращения: 13.05.2022).
15. Регулирование криптовалют. Исследование опыта разных стран. – Текст : электронный // Евразийская экономическая комиссия : [сайт]. – URL: <https://inlnk.ru/kXG89z> (дата обращения: 10.05.2022).
16. Marco, Quiroz-Gutierrez Crypto is fully banned in China and 8 other countries / Quiroz-Gutierrez Marco. – Текст : электронный // Fortune : [сайт]. – URL: <https://fortune.com/2022/01/04/crypto-banned-china-other-countries/> (дата обращения: 13.05.2022).
17. BIS Designing a prudential treatment for cryptoassets / BIS. – Текст : электронный // Bank for International Settlements : [сайт]. – URL: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d490.pdf> (дата обращения: 12.05.2022).

РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ МЕЖДУ СУБЪЕКТАМИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

Фон Када Анна-Мария Валерьевна

*магистрант 1-го курса магистратуры,
Институт государственной
службы и управления РАНХиГС,
РФ, г. Москва
E-mail: ms.vonkada@mail.ru*

THE ROLE OF COMMUNICATION BETWEEN SUBJECTS OF CULTURAL POLICY

Anna-Maria Valeryevna Von Kada,

*1st year Master's student,
Institute of Public Administration
and Management of RANEPА,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Работа посвящена комплексному анализу межкультурных коммуникационных проектов как инструмента развития общественных связей. В рамках исследования рассмотрена сущность и роль межкультурных коммуникаций, уточнены их особенности; рассмотрены инструменты межкультурных коммуникаций в системе стратегических коммуникаций.

ABSTRACT

The work is devoted to a comprehensive analysis of intercultural communication projects as a tool for the development of public relations. Within the framework of the study, the essence and role of intercultural communications are considered, their features are clarified; the tools of intercultural communications in the system of strategic communications are considered.

Ключевые слова: коммуникация, культура, государственное управление, государственная политика, субъекты.

Keywords: communication, culture, public administration, public policy, subjects.

Преобразование культурной среды, неоднородность и фрагментация мира актуализировали межкультурные аспекты взаимодействия людей. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в сфере развития культуры, как в целом в России, так и в отдельных субъектах и регионах, существуют определенные проблемы, обусловленные неэффективной системой государственного управления в данной сфере, а также отсутствием современных механизмов организации культурно-досуговой деятельности в отдельных учреждениях культуры. Поиск альтернативных путей реализации культурной политики на примере взаимодействия субъектов культурной политики, в состав которых входят не только государственные органы и органы местного самоуправления, а также «образовательные, научные организации, организации культуры, общественные объединения и организации, иные организации, осуществляющие деятельность в области искусства, науки, образования, просвещения, воспитания, семейных отношений, работы с детьми и молодежью» [1].

Нынешняя геополитическая, а также эпидемиологическая, связанная с пандемией COVID19, ситуации вносят определенные коррективы в жизнь общества, в т.ч. в процесс коммуникации между субъектами культурной политики: усиливаются процессы виртуализации и цифровизации абсолютно во всех сферах жизни, стремительно меняются формы, технологии и инструменты взаимодействия.

Таким образом, формируется проблемное поле коммуникации между субъектами культурной политики, требующее своего осмысления. В этом процессе познания свое место занимает уточнение роли, особенностей и инструментов коммуникации между субъектами культурной политики в системе высшего образования, в частности рассмотрение межкультурных коммуникационных проектов как формы образования граждан и продвижения образовательной организации на международном рынке, объединяющих в себе специфику и межкультурной коммуникации, и связей с общественностью, и позволяющих эффективно ускорить мировую образовательную интеграцию.

На современном этапе развития социально-экономических систем следует говорить о стремлении методов сбора информации и ее анализа к большей точности, методологической строгости и внедрению инновационных технологий работы с данными, преимущественно с большими массивами данных. Перемещение информации из одной системы в другую происходит посредством таких каналов, которые принято называть коммуникациями.

П.В. Якупов в своей работе на базе отечественных теорий рассматривает генезис дефиниции «коммуникации» [3, с. 285]. Он считает, что коммуникация – это, прежде всего обмен информацией. С чем, конечно, нельзя не согласиться.

Однако следует уточнение: что коммуникация – это не только процесс обмена информацией, но также и условный канал, по которому данный обмен происходит.

Таким образом, коммуникация описывает не просто акты обмена информацией между участниками такого обмена, а целую структуру из информационных каналов.

В рамках данного исследования, будем исходить из того, что коммуникация – это форма взаимовыгодного взаимодействия или диалога, основанного на получении информации, услуг и ресурсов.

В первую очередь, взаимодействие между рассматриваемыми субъектами взаимоотношений, представляет собой наличие регулярных и результативных контактов на добровольной основе, имеющих главной целью создание благоприятных условий для повышения качества жизни населения в стране.

Одной из наиболее понятных форм взаимодействия между субъектами, можно считать отношения в области правотворчества, а именно разработку государством нормативно-правовой базы, регулирующей абсолютно все сферы общественной жизни и подразумевающей влияние как на общество (граждан) в целом, так и на все субъекты экономической деятельности (частный бизнес).

Однако, помимо этого, на сегодняшний день можно выделить не только взаимоотношения субъектов в системе права. Механизмы реализации коммуникации могут быть также представлены в таких формах, как:

- взаимодействие общественности с органами государственной власти с помощью разнообразных информационных систем, а именно электронных платформ, позволяющих представителям бизнеса (также как и гражданам) государства выдвинуть свои идеи по преобразованию и реструктуризации всех сфер жизни общества, а также высказать собственную точку зрения по определенному кругу вопросов;

- взаимодействие государства в лице определенных органов государственной и муниципальной власти с частным бизнесом через популярный на сегодняшний день механизм государственно-частного партнерства как одна из форм взаимодействия государства и бизнеса;

- механизм реализации коммуникации через существующую систему обращений граждан (как физических, так и юридических лиц) в органы государственной власти, органы местного самоуправления, в государственные и муниципальные учреждения и иные организации, на которые возложено осуществление публично значимых функций, регулируемый Федеральным законом «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» от 02.05.2006 №59-ФЗ.

Обратимся к понятию «межкультурная коммуникация», которое чаще всего интерпретируют как процесс обмена информацией между представителями различных культур. Такое определение нельзя назвать неверным, однако данная трактовка не позволяет в полной мере раскрыть сущность межкультурного взаимодействия, его механизмы и способы организации в мультикультурном пространстве и является недостаточной в рамках данного исследования.

Успешное межкультурное взаимодействие не может быть реализовано без учета культурных различий; межкультурная коммуникация не может строиться без межкультурного понимания, основанного на знании культур [2]. Иначе в лучшем случае, коммуникация окажется просто неэффективной и не приведет к достижению поставленных целей, а в худшем – может значительно усугубить положение дел между представителями различных культур.

Таким образом, межкультурная коммуникация представляет собой триаду: «коммуникант – информация – коммуникационные барьеры». Такого подхода

при изучении межкультурной коммуникации придерживаются многие исследователи. Однако, на наш взгляд, изучение процессов межкультурной коммуникации невозможно в отрыве от среды, в которую включены названные элементы. Среда оказывает огромное влияние и на самих участников коммуникации, и на информацию, которой они обмениваются, и на барьеры, сквозь которые проходит информационный поток. Отметим, что в теории межкультурной коммуникации для обозначения такой среды используется понятие «контекст».

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 24.12.2014 №808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» // Собрание законодательства Российской Федерации от 29 декабря 2014 г. N 52 (часть I) ст. 7753
2. Философские подходы к построению теории коммуникации (часть 6) [Электронный ресурс] // Its-journalist.ru. – URL: https://its-journalist.ru/Articles/filosofskie_podhody_k_postroeniyu_teorii_kommunikacii_chast._6.html – (дата обращения: 14.08.2022).
3. Якупов П.В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры // Вестник ГУУ. – 2016. – С. 281-286

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам СХVII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 9 (117)
Сентябрь 2022 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5.
E-mail: mail@sibac.info

16 +



СибАК
www.sibac.info