



ISBN 978-1-948507-73-8



[HTTPS://SCIENTIFIC-CONFERENCE.COM](https://scientific-conference.com)



LIBRARY OF CONGRESS (USA)

IX INTERNATIONAL CORRESPONDENCE SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE

INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT

Boston. USA. January 24-25, 2019

ISBN 978-1-948507-73-8

UDC 08

**IX INTERNATIONAL CORRESPONDENCE
SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE
«INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF
THE PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE
AND MANAGEMENT»
(Boston. USA. January 24-25, 2019)**

BOSTON. MASSACHUSETTS
PRINTED IN THE UNITED STATES OF AMERICA
2019

INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF THE PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE AND MANAGEMENT / COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES. IX INTERNATIONAL CORRESPONDENCE SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE (Boston, USA, January 24-25, 2019). Boston, 2019

EDITOR: EMMA MORGAN
TECHNICAL EDITOR: ELIJAH MOORE
COVER DESIGN BY DANIEL WILSON

CHAIRMAN OF THE ORGANIZING COMMITTEE: *VALTSEV SERGEI*
CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE:

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Alieva V.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Alikulov S.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Anan'eva E.* (D.Sc. in Philosophy, Ukraine), *Asaturova A.* (PhD in Medicine, Russian Federation), *Askarhodzhaev N.* (PhD in Biological Sc., Republic of Uzbekistan), *Bajtasov R.* (PhD in Agricultural Sc., Belarus), *Bakiko I.* (PhD in Physical Education and Sport, Ukraine), *Bahor T.* (PhD in Philology, Russian Federation), *Baulina M.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Blejh N.* (D.Sc. in Historical Sc., PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Bobrova N.A.* (Doctor of Laws, Russian Federation), *Bogomolov A.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Borodaj V.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Gavrilenkova I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Garagonich V.* (D.Sc. in Historical Sc., Ukraine), *Glushhenko A.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Grinchenko V.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Gubareva T.* (PhD Laws, Russian Federation), *Gutnikova A.* (PhD in Philology, Ukraine), *Datij A.* (Doctor of Medicine, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Divnenko O.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Dmitrieva O.A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Dolenko G.* (D.Sc. in Chemistry, Russian Federation), *Esenova K.* (D.Sc. in Philology, Kazakhstan), *Zhamuldinov V.* (PhD Laws, Kazakhstan), *Zholdoshev S.* (Doctor of Medicine, Republic of Kyrgyzstan), *Ibadov R.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Republic of Uzbekistan), *Il'inskih N.* (D.Sc. Biological, Russian Federation), *Kajrakbaev A.* (PhD in Physical and Mathematical Sciences, Kazakhstan), *Kaftaeva M.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Klinskoy G.T.* (PhD in Pedagogic Sc., Bulgaria), *Koblanov Zh.* (PhD in Philology, Kazakhstan), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kravcova T.* (PhD in Psychology, Kazakhstan), *Kuz'min S.* (D.Sc. in Geography, Russian Federation), *Kulikova E.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Kurmanbaeva M.* (D.Sc. Biological, Kazakhstan), *Kurpajaniidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Linkova-Daniels N.* (PhD in Pedagogic Sc., Australia), *Lukienko L.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Makarov A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Macarenko T.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Muradov Sh.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Nabiev A.* (D.Sc. in Geoinformatics, Azerbaijan), *Nazarov R.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Naumov V.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Ovchinnikov Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Petrov V.* (D.Arts, Russian Federation), *Radkevich M.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Rakhimbekov S.* (D.Sc. in Engineering, Kazakhstan), *Rozyhodzhaeva G.* (Doctor of Medicine, Republic of Uzbekistan), *Romanenkova Yu.* (D.Arts, Ukraine), *Rubcova M.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Rumyantsev D.* (D.Sc. in Biological Sc., Russian Federation), *Samkov A.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *San'kov P.* (PhD in Engineering, Ukraine), *Selitrenikova T.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Skripko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Sopov A.* (D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Strekalov V.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Stukalenko N.M.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Kazakhstan), *Subachev Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Sulejmanov S.* (PhD in Medicine, Republic of Uzbekistan), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Uporov I.* (PhD Laws, D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Khiltukhina E.* (D.Sc. in Philosophy, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia), *Chiladze G.* (Doctor of Laws, Georgia), *Shamshina I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sharipov M.* (PhD in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Shevko D.* (PhD in Engineering, Russian Federation).

PROBLEMS OF SCIENCE

PUBLISHED WITH THE ASSISTANCE OF NON-PROFIT ORGANIZATION

«INSTITUTE OF NATIONAL IDEOLOGY»

VENUE OF THE CONFERENCE:

1 AVENUE DE LAFAYETTE, BOSTON, MA 02111, UNITED STATES

TEL. OF THE ORGANIZER OF THE CONFERENCE: +1 617 463 9319 (USA, BOSTON)

THE CONFERENCE WEBSITE:

[HTTPS://SCIENTIFIC-CONFERENCE.COM](https://scientific-conference.com)

PUBLISHED BY ARRANGEMENT WITH THE AUTHORS

Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.en>

Contents

ECONOMIC THEORY.....	4
<i>Shesternina M.V., Vtyurina E.S. (Russian Federation) TECHNOLOGIES OF TEAMBUILDING AS A FORM WORKS WITH THE COLLECTIVE / Шестернина М.В., Втюрина Е.С. (Российская Федерация) ТЕХНОЛОГИИ ТИМБИЛДИНГА КАК ФОРМА РАБОТЫ С КОЛЛЕКТИВОМ.....</i>	4
ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY.....	10
<i>Berdibekova B.A. (Republic of Kazakhstan) THE MAIN REASONS FOR THE BACKLOG OF B2B ONLINE SALES FROM B2C. THE PROBLEMS OF E-COMMERCE MARKETPLACE IN KAZAKHSTAN / Бердибекова Б.А. (Республика Казахстан) ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ОТСТАВАНИЯ В2В ОНЛАЙН ПРОДАЖ ОТ В2С. ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ РК</i>	10
<i>Khandus M.Yu. (Russian Federation) PROBLEMS OF MUNICIPAL MANAGEMENT IN URBAN SETTLEMENTS (ON THE EXAMPLE OF MO «BEREZNIKOVSKOE» ARKHANGELSK REGION) / Хандус М.Ю. (Российская Федерация) ПРОБЛЕМЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ГОРОДСКИХ ПОСЕЛЕНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ МО «БЕРЕЗНИКОВСКОЕ» АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ).....</i>	17
<i>Gutsan O.N. (Russian Federation) SIGNS OF DETECTION AND APPROACHES TO THE IDENTIFICATION OF ECONOMIC CRIMES / Гуцан О.Н. (Российская Федерация) ПРИЗНАКИ ОБНАРУЖЕНИЯ И ПОДХОДЫ К ВЫЯВЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ</i>	21
FINANCE, MONEY CIRCULATION AND CREDIT.....	26
<i>Pushkin A.A. (Ukraine) DETERMINATION OF TREND REVERSAL ON THE PRICE CHART OF THE EURO, RUSSIAN RUBLE, HRYVNIA AND BITCOIN BASED ON THE USE OF GRAPHICAL FIGURES OF TECHNICAL ANALYSIS, CANDLESTICK PATTERNS AND DIVERGENCES / Пушкин А.А. (Украина) ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАЗВОРОТА ТРЕНДОВОГО ДВИЖЕНИЯ НА ГРАФИКЕ ЦЕНЫ ЕВРО, РОССИЙСКОГО РУБЛЯ, ГРИВНЫ И БИТКОЙНА НА БАЗЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ФИГУР ТЕХНИЧЕСКОГО АНАЛИЗА, МОДЕЛЕЙ ЯПОНСКИХ СВЕЧЕЙ И ДИВЕРГЕНЦИЙ (КОНВЕРГЕНЦИЙ).....</i>	26

ECONOMIC THEORY

TECHNOLOGIES OF TEAMBUILDING AS A FORM WORKS WITH THE COLLECTIVE

Shesternina M.V.¹, Vtyurina E.S.² (Russian Federation)

Email: Shesternina59@scientifictext.ru

¹*Shesternina Marianna Vitalevna - Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,*

DEPARTMENT OF MANAGEMENT AND MARKETING;

²*Vtyurina Ekaterina Sergeevna - Student,*

DEPARTMENT OF TAXES AND TAXATION,

UFA STATE AVIATION TECHNICAL UNIVERSITY,

UFA

Abstract: *in the article we will consider what is team building, why organize it for staff and managers. The article is devoted to the study of team building in the field of human resources management in the social sphere. In the system of human resources management in the social sphere there is a reorientation of business processes from individual work to teamwork with staff. The technology of creation and organization of teams provides for monitoring, which monitors such processes as the willingness to understand and accept common goals, the psychological state of the team, conformism and its role in team management.*

Keywords: *team building, team, business communication, the human factor, the employee, the working environment, labour productivity, school of human relations, socio-psychological factor.*

ТЕХНОЛОГИИ ТИМБИЛДИНГА КАК ФОРМА РАБОТЫ С КОЛЛЕКТИВОМ

Шестернина М.В.¹, Втюрина Е.С.² (Российская Федерация)

¹*Шестернина Марианна Витальевна - кандидат экономических наук, доцент,*

кафедра менеджмента и маркетинга;

²*Втюрина Екатерина Сергеевна - студент,*

кафедра налогов и налогообложения,

Уфимский государственный авиационный технический университет,

г. Уфа

***Аннотация:** в статье раскрывается сущность тимбилдинга, его назначение и роль для персонала и руководителей компаний. Статья посвящена исследованию командообразования в области управления человеческими ресурсами в социальной сфере. В системе управления человеческими ресурсами социальной сферы происходит переориентация бизнес-процессов с индивидуальной работы на командную работу с персоналом. Технология создания и организации команд предусматривает мониторинг, который отслеживает такие процессы, как готовность понимать и принимать общие цели, психологическое состояние коллектива, конформизм и его роль в управлении коллективом.*

***Ключевые слова:** тимбилдинг, деловые коммуникации, рабочая среда, социально-психологические факторы, корпоративная культура.*

Психологическая атмосфера очень важна в любом трудовом коллективе. В дружной команде и проблем меньше, и сотрудники более лояльные и мотивированные. Важным рычагом, позволяющим улучшать уровень взаимодействия коллектива, безусловно, является тимбилдинг. Значение тимбилдинга в теории и практике менеджмента нельзя недооценивать. Для того чтобы сделать процесс эффективным, необходимо создать корпоративную культуру, научиться распределять роли и задачи между сотрудниками. Для достижения этой цели можно и нужно использовать самые разнообразные методы. Вопрос, как сплотить команду, волнует сегодня многие компании. Правильно подобранный персонал с течением времени будет работать эффективно, однако в современном обществе стоит острая потребность в рациональном использовании времени, и тренинги по тимбилдингу помогают ускорить этот процесс.

Сегодня тимбилдинг рассматривается как одна из наиболее прогрессивных технологий в сфере корпоративного менеджмента. Тимбилдинг (или командообразование, от англ. teambuilding — построение команды) является системой специально организованных мероприятий, направленных на создание команды и совершенствование навыков работы в коллективе [1].

Одной из самых главных задач тимбилдинга является развитие и трансляция корпоративной культуры. Чтобы работники больше знали об организации и не сомневались в верности выбора места работы, необходимо познакомить их с особенностями бизнеса, с людьми, с которыми ему предстоит взаимодействовать. Такую возможность им предоставляет тимбилдинг, который является к тому же одним из инструментов успешного и относительно быстрого формирования корпоративной культуры. Тимбилдинг позволяет сформировать высокий уровень корпоративной культуры, заставляющим работать все структурные звенья компании на достижение поставленных целей в узких рамках заявленной культуры миссии. В рамках созданной позитивной корпоративной культуры сотрудники высокомотивированы, ответственны, стремятся к саморазвитию.

Тимбилдинг является инструментом формирования и транслирования корпоративной культуры не только на стадиях развития небольшого предприятия, но и в крупных компаниях, с устоявшейся миссией и ценностями, которые открывают филиалы, дочерние предприятия, расширяют штат сотрудников, которых нужно в максимально короткие сроки включить в работу. **В игровых условиях члены команды становятся более открытыми, беспрепятственно делятся информацией, раскрывают свои способности, получают позитивные эмоции.** В конечном результате при успешной организации тимбилдинга на предприятии **улучшаются коммуникации, повышается результативность командной работы, совершенствуются навыки работы в коллективе.**

Тимбилдинг — это один из самых доступных и простых инструментов для создания и развития площадок корпоративной коммуникации. Тренинги по тимбилдингу очень часто используются профессиональными коучами. Они помогают улучшить продуктивность деятельности, а это главное, для чего применяется коучинг, развивать персонал, обучать его «без отрыва от работы», причем этот процесс доставляет позитивные эмоции, помогает улучшить отношения в коллективе. Соответственно улучшается гибкость и адаптивность к изменениям конкурентной среды.

Диапазон задач, решаемый тимбилдингом, можно разделить на две группы:

1. Teambuilding задачи, направленные на формирование команды, наработку навыков, приобретение привычек и опыта.

2. Learnspirit: задачи, результате связанные с формированием компании командного духа и благоприятной сложившимся атмосферы неформальной внутри коллектива.

Можно выделить около 5 основных направлений, в которые тимбилдинг привносит существенный вклад.

1. Улучшение коммуникаций команды:

появление знаний о командообразовании;

развитие неформальных связей, как внутри команды, так и с клиентами, партнерами.

2. Ролевое распределение:

осмысление участниками своих полномочий и обязанностей;

развитие навыков принятия ответственности;

развитие лидерских качеств.

3. Самооценка:

- рост уверенности в себе благодаря успехам;

- принятие информации о своих особенностях взаимодействия и о себе самом;

- получение информации о своих положительных и отрицательных особенностях взаимодействия в команде.

4. Внутренние резервы:

- ❖ в силу необыкновенных условий возможно возникновение скрытых возможностей, изменение мнения о коллегах;

- ❖ развитие навыков нестандартного принятия решений;

- ❖ развитие навыков принятия правильных решений в стрессовых и тяжелых ситуациях;

- ❖ развитие умения идти на оправданный риск.

5. Повышение эффективности:

- улучшение производительности труда;

- развитие осознания каждого сотрудника членом одной единой команды.

Одной из компаний, активно использующей технологии тимбилдинга является АО «Газпром», главными направлениями деятельности которой являются геологоразведка, добыча,

транспортировка, хранение, переработка и реализация углеводородов, а также производство и сбыт электрической и тепловой энергии в разных регионах [2]. Тысячные коллективы гигантских предприятий, и отдельные продуктовые дочерние предприятия, работающие в агрессивной высоко конкурентной среде, нуждаются в грамотной координации действий, для того чтобы взаимодействие друг с другом было более эффективным. Компания нуждается в выстраивании связей как горизонтальных, так и вертикальных среди персонала, в формировании сплоченных эффективно работающих команд. В такой гигантской компании корпоративная культура является необходимым инструментом функционирования и выживания в конкурентной борьбе. Корпоративные коммуникации являются одним из ключевых механизмов взаимодействия компании с заинтересованными сторонами, обеспечивающим прозрачность и открытость деятельности. Развитие системы внутрикорпоративных коммуникаций — важный компонент продвижения корпоративной культуры, поддержания диалога между сотрудниками компании и менеджментом.

Таким образом, в крупной компании тимбилдинг позволяет решить множество задач, которые не решаются административными методами. Это неформальный элемент, то самое звено, которое позволяет достоверной информации на предприятии циркулировать более свободно, укрепляет доверие в коллективе, в тоже время служит мотивацией работников, усиливает их лояльность компании и т. д. В условиях современного рынка тимбилдинг — не только веяние моды, но и хороший инструмент для создания и постоянного поддержания в надлежащем состоянии корпоративной культуры. В руках профессионалов тимбилдинг является современным и качественным инструментом для постепенного внедрения корпоративной культуры. Он помогает руководителям решать проблемы в коллективе сотрудников на любом предприятии, повысить лояльность к компании, снизить текучесть кадров, а для работников — это возможность лучше узнать своих коллег, получить эмоциональное и эстетическое удовольствие, раскрыть свой потенциал и продемонстрировать свои умения и таланты.

Список литературы / References

1. *Гасимова Г.М.* Корпоративные продвижения как халеев метод управления в условиях привычек рыночной экономики. Коллективная монография профессорского преподавательского состава кафедры Маркетинга и коммерции Института Менеджмента МЭСИ. М., 2013.
2. *Жидкова О.Н.* Использование онлайн газет для развития коммуникативной и межкультурной компетенций. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2013. № 10-1. С. 125—126.
3. *Леонтьева О.* Командообразование в кризисе / Леонтьева О. // Управление персоналом, 2013. № 13 (215).
4. *Понявина М.Б.* Маркетинговые аспекты формирования высокого уровня бруто-кэш-флоу на рынке новых услуг за счет премиального ценового позиционирования. Экономика и современный менеджмент: теория и практика, 2014. № 34. С. 87—92.
5. *Сартан Г.Н.* Тренинг командообразования. СПб.: Речь, 2015. 187 с.
6. *Фопель К.* Команда. Консультирование и тренинг организаций: Пер. с нем. М.: Генезис, 2014. 395 с.

ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

THE MAIN REASONS FOR THE BACKLOG OF B2B ONLINE SALES FROM B2C. THE PROBLEMS OF E-COMMERCE MARKETPLACE IN KAZAKHSTAN

Berdibekova B.A. (Republic of Kazakhstan)

Email: Berdibekova59@scientifictext.ru

Berdibekova Balgul Askarkyzy – Master of Business Administration, SPECIALIZATION: MARKETING MANAGEMENT, UNIVERSITY OF INTERNATIONAL BUSINESS, ALMATY, REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract: *this article discusses the main reasons for the backlog of wholesale sales from retail trade in the e-Commerce market in the Republic of Kazakhstan. The modern development of information technologies has ensured the emergence and widespread use of e-Commerce systems. This has become an integral part of the modern economy. More and more consumers purchase goods via the Internet. In this regard, the importance of the company's access to the Internet is great, as it helps to increase its awareness outside the city or even the country and makes it possible to export goods anywhere in the world.*

Keywords: *e-Commerce, e-marketing, digital technologies, digitalization, online, Internet space, startup, retailer, marketplace, B2B, B2C.*

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ОТСТАВАНИЯ В2В ОНЛАЙН ПРОДАЖ ОТ В2С. ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТПЛЕЙСОВ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ РК

Бердибекова Б.А. (Республика Казахстан)

Бердибекова Балгул Аскаркызы – магистр делового администрирования, специализация: управление маркетингом, Университет международного бизнеса, г. Алматы, Республика Казахстан

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены главные причины отставания оптовых продаж от розничной торговли на рынке электронной коммерции в Республике Казахстан. Современное развитие информационных технологий обеспечило возникновение и широкое распространение систем электронной коммерции. Это стало неотъемлемой частью современной экономики. Все больше потребителей приобретают товары посредством сети Интернет. В связи с этим важность выхода компании в интернет велика, так как это способствует повышению ее узнаваемости за пределами города или даже страны и дает возможность экспортировать товары в любую точку мира.*

***Ключевые слова:** электронная коммерция, e-маркетинг, e-commerce, digital-технологии, цифровизация, онлайн, интернет-пространство, стартап, ретейлер, маркетплейс, B2B, B2C.*

Возникновение сети Интернет уходит своими корнями к 60-м гг., когда различными исследователями в США велись поиски новых путей развития коммуникаций. В 1969 г. при содействии Минобороны США была создана первая сеть между 4 американскими университетами под названием ARPANET. [1, с. 38]. С приходом всемирной сети жизнь человека изменилась, а учитывая, что интернет с каждым годом становится все более доступным и популярным, то уровень изменения все выше. Современный рынок все больше и больше уходит в интернет. Способов его использования тоже разнообразное количество. Кто-то использует для общения (социальные сети и мессенджеры), кто-то черпает знания, а кто-то зарабатывает деньги и расширяет бизнес за пределами одного города и даже страны.

Началом эпохи электронной коммерции можно считать 1960 г., когда компании American Airlines и IBM приступили к созданию системы автоматизации процедуры резервирования мест на авиарейсы – SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment – полуавтоматическое оборудование для коммерческих исследований). Это был первый опыт создания системы электронной коммерции. [1, с. 4]. На данный момент каждый самостоятельный человек, сам того не подозревая, становится участником глобальной электронной коммерции, к

примеру, самая простая операция по пополнению счета мобильного телефона. И поэтому, в данное время огромное значение уделяется, безусловно, интернет пространству, электронной коммерции - продажам в интернете и инструментам e-маркетинга, с помощью которых увеличиваются продажи. Ведь число пользователей сетью, как в мире, так и в Казахстане, растет с каждым днем, следовательно, растет и количество онлайн-покупателей.

Доля пользователей сети Интернет в Казахстане

Таблица 1. Доля пользователей сети Интернет [3]

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Доля пользователей сети Интернет в возрасте 16-74 лет, в %	49,5	67,9	67,6	68,1	77,2	80,2	81,5

Широкое распространение интернета, увеличение числа пользователей digital-технологиями, цифровизация - все это оказывает существенное влияние и на покупательские предпочтения, на характер совершения покупок. К примеру, 57% людей перед процессом совершения покупки проводят свое исследование: изучают существующие компании, их релевантность, качество товара, сравнивают с аналогами и т.д. И только после этого принимают решение о заключении сделки/совершении покупки.

Признание онлайн-рынка, как одного из перспективных каналов продаж, позволяющего формировать конкурентные преимущества в сфере B2B, порождает необходимость также использования маркетинговых инструментов, игнорирование которых является одной из основных причин снижения покупательского спроса. Развитие интернет-пространства способствовало кардинальным изменениям в поведении покупателей, как на розничных, так и на оптовых рынках.

Оптовые покупатели все больше используют диджитал-технологии для поиска, выбора товара и осуществления процесса закупок. Так, практика развития зарубежных маркетинговых каналов демонстрирует динамичный рост е-маркетинга и е-коммерции в сфере B2B. В Казахстане эти процессы происходят с некоторым запозданием, но в целом тренды схожи.

Несомненно, электронная коммерция привлекательна для бизнесов, особенно для стартап. Но, все ли так красиво, как мы себе представляем? Нет, как и в любой другой среде, есть и свои слабые стороны, проблемы, требующие решений. И в данной индустрии в нашей стране трудности коснулись B2B онлайн продаж. Маркетплейсы для бизнеса становятся все популярнее, и сейчас самое время для предпринимателей занимать перспективные, относительно пустующие ниши. Стартапы B2C – это уже пройденный этап. А B2B-маркетплейсы можно отнести к недооцененным ресурсам, позволяющим со временем закрепиться на рынке. С точки зрения управления торговые B2B площадки можно сравнить с лайнерами: мало выбрать верный курс в бушующем океане e-commerce, важно также просчитать риски и обход препятствий. Ну и, конечно же, не стоит забывать о зарубежных гигантских конкурентах. В сети любая зарубежная компания может стать конкурентом локальным маркетплейсам. Ведь в интернете стираются границы, расширяется география, благодаря недорогим и нетрудным способам проникновения на новый рынок и продвижения товаров путем digital-технологии без особых усилий.

Согласно статистическим данным, в Казахстане с помощью оптовой электронной торговли удовлетворяется лишь 0,4% и розничной электронной торговли 1,2% спроса населения. [2]. В то время как в развитых странах (Китай, Япония, США, Великобритания, Австралия и т.д.), наоборот, электронная коммерция покрывает почти 80-90% спроса. Но следует учитывать тот факт, что электронная коммерция к ним пришла намного раньше. Поэтому первыми маркетплейсами в нашей стране были успешные проекты зарубежных компаний. И только в последние годы у нас создаются B2B торговые площадки наших отечественных компаний. Но в любом случае, оптовые интернет

продажи сильно отстают от розничных продаж в нашей стране. Ниже мы рассмотрим основные причины, приводящие к торможению оптовых продаж.

Одна из основных причин низких продаж в B2B секторе электронной коммерции – это низкая грамотность в области цифрового маркетинга, IT технологии и незнание инструментов электронной коммерции самими поставщиками. И главная проблема заключается в том, что большинство участников оптового рынка до сих пор работают по схеме «менеджер — прайс-лист — телефон — почта — клиент». Поставщики, как 10 лет назад, пытаются продавать через инструменты, которые стремительно теряют свою актуальность. Сейчас подрастает новое поколение - это молодые специалисты, и завтра они заменят менеджеров, которые годами привыкли работать «по старой схеме». Век высоких технологий и цифровизации меняет многое в работе сотрудников и сознании покупателей. Ведь прежде чем купить какой-либо товар, покупатель проводит свое исследование: изучает в просторах интернета, сравнивает аналоги, цену, качество и только после этого принимает решение о заключении сделки. И здесь невольно вспоминаются слова Билл Гейтса: «Если вас нет в интернете, вас нет в бизнесе».

Вторая проблема – это удобный метод продаж. У B2B продавца обычно есть ряд договоренностей с дистрибьюторами или производителями. Фактически, он монополист на своей территории. Если покупателю хочется купить конкретный товар — без оптового продавца не обойтись. В целом, такая схема идеальна для всех: производитель уверен, что его товар будут продавать. Ему не надо выстраивать логистику (доставка продукции до конечного потребителя), хранить товар на складах, заниматься постпродажным сервисом (гарантии, возвраты) и т.д. Это очень удобно. И приводит к тому, что оптовые компании, как правило, вообще не развивают онлайн-продажи. Интернет-маркетинг, цифровые технологии им не знакомы, ведь у них нет конкуренции. Но на наш рынок ломаются зарубежные продавцы. Это и Alibaba.com, и другие крупные торговцы. Монополия нарушается, рынок становится конкурентным. Глобальная сеть рушит все устоявшиеся шаблоны для обычной

предпринимательской деятельности. Открываются новые, иные варианты развития бизнеса, стираются границы и увеличиваются масштабы. Ведь на просторах интернета нет территориальных границ и поставлять товары можно с любого уголка земного шара. Это вытеснит с рынка тех, кто не в состоянии конкурировать.

До последнего времени на нашем рынке был дефицит кадров, знающих как продавать в онлайн, поэтому поставщики не хотели такую сложную историю, как собственные продажи в обход поставщиков. Сейчас, когда наблюдается снижение доходов, производители сами выходят на рынок, создавая электронные площадки. Одним из успешных проектов онлайн продаж в FMCG - это SmartSatu. Платформа в Алматы, в 13 городах РК – партнеры, в Узбекистане, Кыргызстане, Таджикистане и Беларуси – франчайзи. Товарооборот в 5000 торговых точках. Ещё один тренд: на рынок активно выходят банки, которые мечтают о том, чтобы их клиенты начали продавать с использованием всех финансовых инструментов через их торговые площадки.

Третья проблема - отстают технологии. Оптовые продавцы отстали в технологиях. И если в рознице достаточно новых инструментов, используемых в продажах (сквозная аналитика, сервис рекомендаций, аналитика продаж), то в B2B это только традиционные методы продаж. Очень слабое развитие стандартных платформ для оптовых онлайн продаж, которое осложняется особенностями документооборота и учёта. На западе разработкой B2B-платформ занимаются десятки компаний-разработчиков, поэтому у оптовых продавцов, желающих создать свою площадку, есть огромный выбор. Как результат, порядка 67% оптовых компаний уже предлагают возможность онлайн-заказа своим клиентам. У нас рынок разработки решений для оптовых компаний только начинает функционировать.

Нашим компаниям необходимо начать расширяться, захватывая рынок, искать самим программное решение, переходить на автоматизацию продаж с помощью B2B-платформ, создавать B2B-маркетплейс (оптовую торговую площадку). Пусть не такие гиганты, как Alibaba.com, или Amazon Business, а в определенной только узкой нише. И именно такие проекты в будущем будут

вытеснять дилерские компании из цепочки продаж, соединяя с помощью оптовой площадки производителей и B2B покупателей, поможет без особых усилий продавать товары по всему миру.

Мир не стоит на месте. И сейчас время диктует совершенно иные правила ведения бизнеса, а скорость движения с каждым годом только ускоряется. Сегодня мало иметь для бизнеса только шаблонный сайт и электронную почту. Ведь интернет – это не только площадка для совершения сделок, но и безграничный простор для рекламы. И, я думаю, в данный момент вопрос у предпринимателей: «Стоит ли внедряться в электронную коммерцию?» вовсе потерял всякий смысл. Правильнее будет звучать: «Когда и как быстро мы будем внедряться?». Так как возможность не привлечь новых клиентов с каждым днем все увеличивается, а потерять имеющуюся клиентскую базу не заставит себя долго ждать.

Список литературы / References

1. Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э., Электронная коммерция. / Московская финансово-промышленная академия. М., 2005. 376 с.
 2. Электронная газета «Капитал» // Бизнес.
 3. Георгий Ковалев. Рынок e-commerce: два пути развития казахстанских компаний. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kapital.kz/business/69159/rynok-e-commerce-dva-puti-razvitiya-kazahstanskih-kompanij.html/> (дата обращения: 20.11.2018).
 4. Министерство национальной экономики. Комитет по статистике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gender.stat.gov.kz/page/frontend/detail?id=103&slug=674&cat_id=11&lang=en/ (дата обращения: 20.11.2018).
-

**PROBLEMS OF MUNICIPAL MANAGEMENT IN URBAN
SETTLEMENTS (ON THE EXAMPLE OF MO
«BEREZNIKOVSKOE» ARKHANGELSK REGION)**

Khandus M.Yu. (Russian Federation)

Email: Khandus59@scientifictext.ru

*Khandus Maksim Yuryevich – Undergraduate,
DEPARTMENT OF STATE AND MUNICIPAL GOVERNMENT,
NORTHERN (ARCTIC) FEDERAL UNIVERSITY, ARKHANGELSK*

Abstract: *this article reviews and briefly describes the most common problems of municipal government in urban areas in Russia. These problems become a serious obstacle to the socio-economic development of territories, therefore, to solve them, the joint efforts of local governments and state authorities are necessary. The article provides specific examples of the activities of the «Bereznikovskoe» municipality of the Arkhangelsk region, as well as suggests possible solutions to problems.*

Keywords: *municipality, urban settlement, local budget, authority.*

**ПРОБЛЕМЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В
ГОРОДСКИХ ПОСЕЛЕНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ МО
«БЕРЕЗНИКОВСКОЕ» АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Хандус М.Ю. (Российская Федерация)

*Хандус Максим Юрьевич - магистрант,
кафедра государственного и муниципального управления,
Северный (Арктический) федеральный университет, г.
Архангельск*

Аннотация: *в данной статье рассмотрены и кратко охарактеризованы наиболее общие проблемы муниципального управления в городских поселениях в России. Названные проблемы становятся серьёзным препятствием социально-экономического развития территорий, поэтому для их решения необходимы совместные усилия органов местного самоуправления и органов государственной власти. В статье приводятся конкретные примеры из деятельности муниципального образования*

«Березниковское» Архангельской области, а также предлагаются возможные способы решения проблем.

Ключевые слова: *муниципальное образование, городское поселение, местный бюджет, полномочия.*

Цель данной работы – выявление проблем, с которыми сталкиваются городские поселения при осуществлении своих полномочий, и поиск путей их решения. Проблемы, выявленные автором, не являются исключительными для конкретного объекта исследования – они типичны для городских поселений в РФ. Кратко охарактеризуем каждую из них.

Во-первых, серьёзным препятствием для развития является несоответствие объёма полномочий и их финансового обеспечения. Городские поселения исполняют несколько десятков полномочий (например, в МО «Березниковское» Архангельской области их 36) при очень скудной доходной базе [1]. До 90% доходов бюджета МО «Березниковское» уходит на исполнение социальных обязательств – на оплату труда и содержание учреждений культуры. Значит от чего-то приходится отказываться в пользу другого. Поскольку в приоритете Указы Президента, значит, недостаточно средств останется на решение других важных задач.

Вторая проблема - отсутствие стимулов к модернизации экономики и внедрению инноваций. Поселениям выгоднее иметь предприятия, с большим числом работников, которые платят НДФЛ и пополняют местный бюджет. При оснащении современным оборудованием предприятий потребность в рабочей силе сокращается. Получается, что инновации влекут за собой сокращение работников и, соответственно, отчислений от НДФЛ. Такая модель не очень-то стимулирует муниципалитеты.

Третья проблема – наличие просроченной кредиторской задолженности либо наличие муниципального долга, на обслуживание которого тратятся значительные по меркам поселений суммы.

Также следует выделить проблему отмены налоговых льгот. Муниципалитетам, налоговая политика которых окажется неэффективной, Министерство финансов РФ предлагает

сокращать дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности. Примеров неэффективных льгот много - прежде всего это те, которые играют роль «подарка», а не стимула. Например, земельный налог ранее не уплачивали образовательные, культурные учреждения, а при отмене этой льготы они уплачивают данный налог. Получается перекачивание денег из бюджета одного уровня в другой.

Отметим также проблему нелегальных трудовых отношений, которая широко распространена в лесопромышленной отрасли – ведущей отрасли экономики Архангельской области. Муниципальные образования не имеют полномочий, чтобы бороться с «неофициальными зарплатами» и выводить нелегальных работников в рамки правового поля.

Другие проблемы, влияющие на развитие городского поселения:

- низкие нормативы отчислений по налоговым доходам;
- низкий спрос на муниципальную недвижимость - наиболее ценные активы разобраны или уже выкуплены в собственность по преимущественному праву;
- нехватка квалифицированных кадров;

В части налоговых доходов есть потенциал для увеличения земельного налога после проведения кадастровой оценки участков.

Проблему нехватки квалифицированных кадров в администрации городского поселения удаётся решать с трудом: привлечение специалистов из других районов требует больших затрат, а возможности переобучения действующих специалистов сильно ограничены: в администрации МО «Березниковское» работает всего 9 человек, и один работник сопровождает одновременно от 3 до 5 направлений деятельности. Проблема может быть частично решена путём передачи части полномочий на уровень муниципального района.

Для привлечения субсидий из вышестоящих бюджетов администрации муниципалитета необходимо активнее включаться в государственные программы путём участия в конкурсах на распределение субсидий. Для этих целей целесообразно наладить тесное сотрудничество с администрацией

района, чтобы обеспечить необходимую долю софинансирования (от объёма и доли финансирования из местного бюджета зависит сумма субсидий).

Для общего повышения уровня экономического развития необходимо заниматься подготовкой инвестиционных предложений, которые должны быть опубликованы не только на официальном сайте, а также на открытых инвестиционных площадках в сети. Инвестиционные предложения должны поддерживаться главами района и поселения. Работа по привлечению инвесторов должна быть скоординирована с органами местного самоуправления района.

Таким образом, администрации городских поселений имеют множество полномочий, на реализацию которых часто не хватает финансовых и кадровых ресурсов. Проблемы, приведенные выше, могут быть решены путём взаимодействия органов местного самоуправления поселений и района, а также органов государственной власти, представителей бизнеса, некоммерческих организаций и активных граждан.

Список литературы / References

1. Устав муниципального образования «Березниковское». [Электронный ресурс]. Решение муниципального Совета от 25.12.2013. № 79-10. Режим доступа: <http://bereznikovskoe.info-bereznik.ru/законодательство/устав, свободный/> (дата обращения: 22.12.2018). Загл. с экрана.
-

SIGNS OF DETECTION AND APPROACHES TO THE IDENTIFICATION OF ECONOMIC CRIMES

Gutsan O.N. (Russian Federation)

Email: Gutsan59@scientifictext.ru

*Gutsan Olesya Nikolaevna - Graduate Student,
DEPARTMENT ORGANIZATION OF AGRICULTURAL
PRODUCTION, FACULTY-ECONOMICS AND INFORMATION
TECHNOLOGIES,
PERM STATE AGRARIAN AND TECHNOLOGICAL UNIVERSITY
NAMED AFTER ACADEMICIAN D.N. PRYANISHNIKOV, PERM*

Abstract: *in the present article the essence of economic crime is studied, the signs of economic crimes are defined, the most widespread categories of economic crimes in Russia are defined. The problem of detection of economic crimes is considered. Promising methods and the most frequently used methods of combating economic crimes for Russian organizations based on international experience are found. Russian practice of detection and investigation of economic crimes by economic and non-economic methods.*

Keywords: *information, damage, crime, fraud, asset, corruption, risk, control, confidentiality.*

ПРИЗНАКИ ОБНАРУЖЕНИЯ И ПОДХОДЫ К ВЫЯВЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ Гуцан О.Н. (Российская Федерация)

*Гуцан Олеся Николаевна - магистрант,
кафедра организации аграрного производства, факультет
экономики и информационных технологий,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет им. академика Д.Н. Прянишникова, г. Пермь*

Аннотация: *в настоящей статье проведено изучение сущности экономического преступления, определены признаки экономических преступлений, определены наиболее распространенные категории экономических преступлений в России. Рассмотрена проблема обнаружения экономических*

преступлений. Найдены перспективные методы и наиболее часто применяемые методы борьбы с экономическими преступлениями для российских организаций с учетом международного опыта. Российская практика выявления и расследования экономических преступлений экономическими и неэкономическими методами.

Ключевые слова: информация, ущерб, преступление, мошенничество, актив, коррупция, риск, контроль, конфиденциальность.

В настоящее время нет единого мнения по поводу того, что следует понимать под экономической преступностью (экономическими преступлениями). Согласно Уголовному кодексу РФ, экономическое преступление представляет собой намеренное введение в заблуждение с целью завладения чужими денежными средствами, имуществом или правами. Уголовная ответственность за экономические преступления в Российской Федерации предусмотрена гл. 22 УК РФ, которая отличается от других глав Кодекса большим количеством разнообразных по видовым объектам составов преступлений [1].

К наиболее распространенным категориям экономических преступлений в России относятся:

- незаконное присвоение активов;
- взяточничество и коррупция;
- киберпреступления;
- манипулирование данными бухгалтерского учета [3].

Определение признаков обнаружения экономических преступлений остается для российской практики нерешенной проблемой, так как их трактование в законодательстве не является четким. В качестве критериев экономического преступления стоит назвать такие как совершение в процессе профессиональной деятельности; совершение под прикрытием законной экономической деятельности (чаще всего предпринимательской); носит корыстный характер, наносит значительный материальный ущерб, неочевидность, анонимность преступления.

Выявление экономических преступлений осуществляется путем формирования доказательственной базы, что представляет собой деятельность по сбору доказательств и источников информации

осуществляется на этапе выявления данных преступлений [2]. При выявлении и расследовании экономических преступлений в российской практике используются экономические и неэкономические методы. К экономическим методам относятся:

- методы документального анализа;
- методы бухгалтерского анализа;
- методы экономического (финансового) анализа.

К неэкономическим методам относятся традиционные методы получения информации о преступлении: гласные и негласные, а именно опрос, наведение справок, обор образцов для сравнительного исследования, проверочная закупка, исследование предметов и документов, наблюдение, отождествление личности, обследование помещений, зданий, сооружений и т.д. [3].

В целом в России наблюдается тенденция отказа организаций мириться с совершением экономических преступлений. К наиболее часто применяемым методам борьбы с экономическими преступлениями российскими организациями относятся следующие:

1. конфиденциальное информирование руководства сотрудниками;
2. проведение внутреннего расследования собственными силами;
3. прекращение деловых отношений с подозрительными сотрудниками и контрагентами;
4. предъявление гражданских исков, в том числе с целью возмещения ущерба в судебные органы;
5. информирование правоохранительных органов [4].

Рассуждая о перспективах развития методов борьбы с экономическими преступлениями, применительно к российским организациям, с учетом международного опыта, стоит выделить следующие направления:

1. Совершенствование системы внутреннего контроля

Поскольку большинство экономических преступлений совершают сами сотрудники, организациям необходимо применять и постоянно совершенствовать систему внутреннего контроля. Наиболее эффективно сочетание нескольких ключевых методов борьбы с мошенничеством, в том числе оценка рисков,

внедрение комплексной корпоративной политики, проведение информационных мероприятий для сотрудников.

2. Оценка рисков экономического мошенничества

Данное направление необходимо осуществлять по каждому направлению бизнеса с учетом всех уровней персонала и распределение между руководителями структурных подразделений ответственности за разработку, согласование и контроль процедур, направленных на управление рисками.

3. Разработка политики экономической безопасности организации

Данный документ должен четко определить, что считать мошенничеством, каковы основные процедуры, способствующие борьбе с экономическими преступлениями в компании, какие штрафные санкции должны применяться к провинившимся и т.д. Политика экономической безопасности организации должна устанавливать правила: когда, как и кого сотрудник должен уведомлять, если у него возникли подозрения в отношении коллег или внешних партнеров. Также необходима разработка кодекса деловой этики (свод правил, отражающий нормы деловых отношений и поведения сотрудников).

4. Разработка политики кибербезопасности организации

Предупреждению экономических преступлений способствует и контроль за электронными данными (например, ограничение доступа к определенным сайтам и способов копирования и пересылки электронной информации), а также анализ данных о деловых контрагентах: клиентах, поставщиках и др. Последний инструмент предусматривает, например, определенные требования к набору сведений, предоставляемых контрагентами (это могут быть учредительные документы, лицензии, информация о руководителях, выписки с банковских счетов и т.д.), мониторинг прессы, изучение отзывов клиентов, проверку полученных данных службой экономической безопасности [4].

4. Создание контрольно-ревизионной службы

Контрольно-ревизионная служба должна представлять собой отдел организации, специально созданный для борьбы с экономическими преступлениями.

5. Этически безупречное поведение руководства организации.

Список литературы / References

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 03.07.2018).
2. Османов Ж.Д. Экономическая преступность как угроза экономической безопасности национального хозяйства // Социально-экономические явления и процессы. Т. 10. № 9, 2015.
3. Российский обзор экономических преступлений за 2016 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/recs2016.pdf/> (дата обращения: 27.09.2018).
4. Харланд Э. Мошенничество: легче предотвратить, чем выявить. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.pwc.ru/en/fraud-forum/assets/moshennichestvo.pdf/> (дата обращения: 27.09.2018).
5. Сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gks.ru/> (дата обращения: 27.09.2018).

FINANCE, MONEY CIRCULATION AND CREDIT

DETERMINATION OF TREND REVERSAL ON THE PRICE CHART OF THE EURO, RUSSIAN RUBLE, HRYVNIA AND BITCOIN BASED ON THE USE OF GRAPHICAL FIGURES OF TECHNICAL ANALYSIS, CANDLESTICK PATTERNS AND DIVERGENCES

Pushkin A.A. (Ukraine) Email: Pushkin59@scientifictext.ru

*Pushkin Artem Aleksandrovich - Leading Analyst,
FINANCIAL PORTAL «KURS DENEG», KRAMATORSK, UKRAINE*

***Abstract:** the article is devoted to the peculiarities of using graphical figures of technical analysis, Japanese candlestick patterns and divergences (convergences) using the RSI indicator (14) to determine the global trend reversals on the price chart of the Russian ruble, Ukrainian hryvnia, euro and bitcoin. Practical examples of testing reversal patterns in 2008-2018 are given. on price charts of major currency pairs: EUR / USD, USD / UAH, USD / RUB, BTC / USD. Practical recommendations are given for finding reversal formations on standard charts of any currencies of the world.*

***Keywords:** euro, dollar, hryvnia, bitcoin, candlestick model, technical analysis, graphic figure, divergence, reversal, trend.*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАЗВОРОТА ТРЕНДОВОГО ДВИЖЕНИЯ НА ГРАФИКЕ ЦЕНЫ ЕВРО, РОССИЙСКОГО РУБЛЯ, ГРИВНЫ И БИТКОЙНА НА БАЗЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ФИГУР ТЕХНИЧЕСКОГО АНАЛИЗА, МОДЕЛЕЙ ЯПОНСКИХ СВЕЧЕЙ И ДИВЕРГЕНЦИЙ (КОНВЕРГЕНЦИЙ)

Пушкин А.А. (Украина)

*Пушкин Артем Александрович – ведущий аналитик,
финансовый портал «Курс Денег», г. Краматорск, Украина*

***Аннотация:** статья посвящена особенностям применения графических фигур технического анализа, моделей японских свечей и дивергенций (конвергенций) по индикатору RSI(14) для*

определения глобальных разворотов тренда на графике цены российского рубля, украинской гривны, евро и биткоин. Приведены практические примеры отработки разворотных паттернов в 2008-2018 гг. на ценовых графиках основных валютных пар: EUR/USD, USD/UAH, USD/RUB, BTC/USD. Даны практические рекомендации по нахождению разворотных формаций на типовых графиках любых валют мира.

Ключевые слова: евро, доллар, гривна, биткоин, модель свечей, технический анализ, графическая фигура, дивергенция, разворот, тренд.

На сегодняшний день весьма актуальной задачей, как для большинства трейдеров, так и для простых граждан любой страны, является определение точки разворота трендового движения цены валютной пары. Многие ученые и аналитики разрабатывают различные методики и математические модели для предсказания минимума и максимума цены. Однако, все эти модели не доскональные и зачастую дают весь посредственные результаты, которые можно уложить в обычную теорию вероятности сбывания того или иного прогноза. В связи с этим, последнее время со стороны широких масс появляется интерес к элементам технического анализа (ТА), которые позволяют прогнозировать разворот тренда с точностью до 90%.

Большой вклад в исследование и анализ основных методик технического анализа внесли такие исследователи, как: Джон Дж. Мэрфи, Д. Швагер, А. Элдер, Эрик Найман. и многие другие.

В работе [1] определены основные разворотные графические фигуры технического анализа: «Двойная вершина» и «Двойное дно», «Голова и плечи», «Алмаз» («Бриллиант»), бычий или медвежий «Клин».

В свою очередь в публикации [2] установлены разворотные модели японских свечей: «Молот», «Повешенный», «Перевернутый молот», «Падающая звезда», «Утренняя звезда», «Вечерняя звезда», «Три звезды», «Поглощение», «Тёмная завеса», «Просвет в облаках», «Крепость», «Пинцет» и др.

Очень часто на практике для определения тренда используют индикаторы, по графикам которых ищут дивергенции и конвергенции. Дивергенция – это расхождение/схождение цены и индикатора (например, RSI, стохастика, MACD). Т.е. если цена обновила свой пик (хай), а индикатор – нет, то это классическая дивергенция (медвежья модель), а если цена обновила дно (лоу), а индикатор – нет, то это классическая конвергенция (бычья модель) [3].

Материалы исследования. Рассмотрим дневные и недельные графики валютных пар: EUR/USD, USD/UAH, USD/RUB, BTC/USD.

Биткоин. Определим свечные модели и фигуры технического анализа, которые позволили установить точку разворота восходящего тренда в ноябре-декабре 2017 года. На рис. 1. представлен дневной график цены биткоина (BTC/USD), на нем видны три основных признака, которые и позволили определить смену трендового движения в декабре 2017 года:

– после длительного многомесячного бычьего тренда на вершине сформировались две разворотные модели японских свечей: «Вечерняя звезда» и «Повешенный» («Висельник»).

– в период ноябрь-декабрь 2017 года появилась классическая явная медвежья дивергенция: цена биткойна обновила свои максимумы (первый хай – 17171 долл., второй более высокий хай – 19891 долл.), в то время как индикатор RSI – не обновил (значения 86 и 78 соответственно).

– сформировался разворотный «медвежий восходящий клин» на конце восходящего движения.

Весь комплекс данных факторов позволял спрогнозировать пик цены биткойна и начало нисходящего движения, которое уже привело к снижению стоимости криптовалюты с 19891 до 3215 долл.

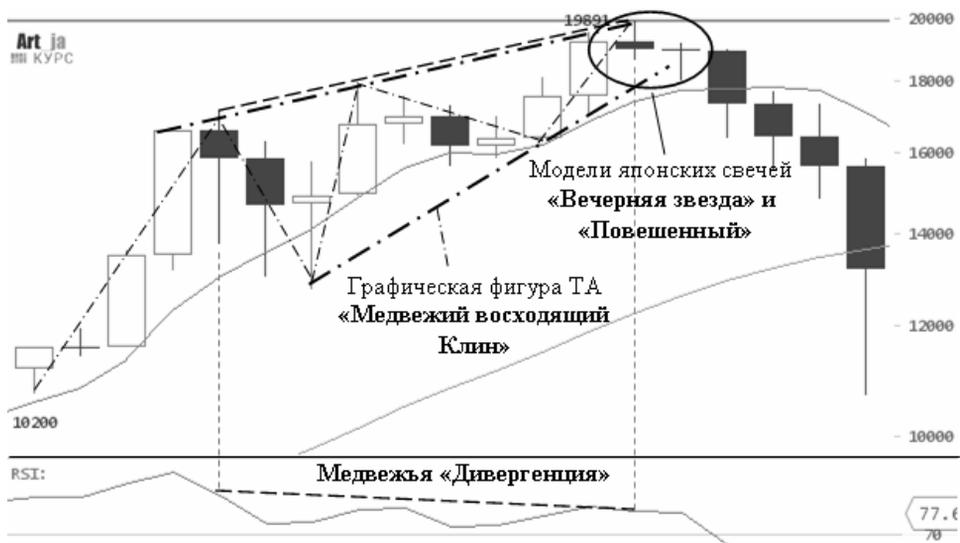


Рис. 1. Дневной график Биткойна на бирже Bitfinex с разворотными паттернами в ноябре-декабре 2017 года

Российский рубль. Аналогичным образом установим основные свечные модели и фигуры технического анализа, которые позволили установить точку разворота трендового движения российского рубля относительно доллара в начале 2018 года. На рис. 2. представлен недельный график цены рубля (USD/RUB), на нем видны основные формации, которые и позволили определить смену нисходящего тренда:

- сформировалась разворотная фигура технического анализа – «Двойное дно». Первый лоу – 55,67 руб., второй лоу – 55,56 руб.

- образовалась бычья конвергенция, так как цена обновила свой минимум (первый лоу – 55,67 руб., второй более низкий лоу – 55,56 руб.), а индикатор RSI – нет (значения 36,9 и 38,2 соответственно).

- после двойного дна, цена отскочила вверх и образовался «Бычий Вымпел», отработка которого отправила цену на 70 рублей за один доллар.



Рис. 2. Недельный график рубля с разворотными паттернами в 2017-2018 гг.

Украинская гривна. На межбанковском валютном рынке летом-осенью 2015 года сформировалось несколько моделей разворота нисходящего трендового движения (рис. 3):

- разворотная графическая фигура «Двойное дно» в июне-августе 2015 года. Первый минимум – 20,25 грн., второй минимум – 20,25 грн..

- в это же время сформировалось довольно редкое явление – скрытая (не явная) бычья конвергенция. Т.е. курс гривны не обновил свой минимум, в то время как индикатор RSI это сделал (значения 48 и 36 соответственно).

- в процессе роста цены от «двойного дна» сформировался «бычий флаг», который отправил украинскую гривну на 24 грн./долл.

После данного разворота, в течении трех лет, гривна девальвировала с 20,25 грн./долл. до 28,52 грн./долл.



Рис. 3. Дневной график украинской гривны на межбанке с разворотными паттернами летом-осенью 2015 года

Евро. Как и на предыдущих валютных парах, так и на евро был сформирован комплекс разворотных моделей технического анализа, который позволял четко определить разворот бычьего тренда в 2008 году (рис. 4):

- после длительного трендового движения в течении 2005-2008 гг., на вершине тренда сформировалась разворотная модель японских свечей – «Падающая звезда» (или медвежий «Пин Бар»).

- там же на графике цены EUR/USD в период апрель-июль 2008 года сформировалась разворотная фигура ТА – «Двойная вершина». Первый максимум – 1,6019, второй максимум – 1,6038.

- в этот же период на индикаторах появилась классическая явная медвежья дивергенция: цена евро обновила свои максимумы (первый хай – 1,6019, второй более высокий хай – 1,6038), в то время как индикатор RSI – не обновил (значения 63,5 и 58 соответственно).



Рис. 4. Недельный график евро с разворотными паттернами весной-летом 2008 года

После данного разворота, евро в течении ближайших 10 лет спустилось с 1,60 до 1,034.

Таким образом, были проведены практические исследования возможности прогнозирования смены тренда на базе основных графических фигур ТА, моделей японских свечей, дивергенций или конвергенций. Данные исследования показали практическую целесообразность использования данных моделей и могут быть рекомендованы к широкомасштабному применению.

Список литературы / References

1. *Найман Э.Л.* Мастер-Трейдинг: секретные материалы / Э.Л. Найман. М.: Альпина Паблишер, 2015. 212 с.
2. *Швагер Д.* Технический анализ. Полный курс/ Д. Швагер. М.: Альпина Паблишер, 2011. 768 с.
3. *Пушкин А.А., Коренев А.О., Рыжак С.А.* Использование графических фигур технического анализа для прогнозирования курса гривны на межбанковском валютном рынке / Международный научный журнал «Интернаука», 2018. № 22.

4. *Пушкин А.А.* Систематизация методик расчета графических фигур технического анализа и исследование возможности их практического применения к прогнозированию конкретных целей ценового движения валютных пар: USD/UAH, BTC/USD / Международный научный журнал «Интернаука», 2019. № 1.
5. *Пушкин А.А.* Прогнозирование наличного и безналичного курса украинской гривны с использованием типовых моделей японских свечей, явных и скрытых дивергенций (конвергенций), индикатора RSI / Международный научный журнал «Интернаука», 2019. № 2.
6. Прогнозы курса евро, гривны, рубля, биткойна и нефти от Art_ja [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kurs.com.ua/profile/11676-artja/> (дата обращения: 22.01.2019).
7. Финансовый портал «Курс Денег». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kurs.com.ua/> (дата обращения: 22.01.2019).

**IX INTERNATIONAL CORRESPONDENCE SCIENTIFIC SPECIALIZED CONFERENCE
INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW
OF PROBLEMS OF ECONOMICS,
FINANCE AND MANAGEMENT
Boston. USA. January 24-25, 2019
HTTPS://SCIENTIFIC-CONFERENCE.COM**



**COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES
PUBLISHED BY ARRANGEMENT WITH THE AUTHORS**



You are free to:

Share – copy and redistribute the material in any medium or format

**Adapt – remix, transform, and build upon the material
for any purpose, even commercially.**

Under the following terms:

**Attribution – You must give appropriate credit,
provide a link to the license, and indicate if changes were made.**

**You may do so in any reasonable manner,
but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.
ShareAlike – If you remix, transform, or build upon the material, you must
distribute your contributions under the same license as the original.**

**ISBN 978-1-948507-73-8
INTERNATIONAL CONFERENCE**

PRINTED IN THE UNITED STATES OF AMERICA