



ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕС УНИВЕРСИТЕТІНІҢ

ХАБАРШЫСЫ

ВЕСТНИК

УНИВЕРСИТЕТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

BULLETIN

UNIVERSITY OF INTERNATIONAL BUSINESS



ISSN Print 1990-5580
ISSN Online 2518-7961

Выпуск №2 (48)

2018

«ВЕСТНИК» УНИВЕРСИТЕТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
Выпуск №2 (48) Ежеквартальный журнал. Издаётся с 2006 года.
Собственник (учредитель): Университет Международного Бизнеса

ISSN Print 1990-5580
ISSN Online 2518-7961

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Сагадиев К.А. - д.э.н., профессор, академик
Чжан С. - д.э.н., профессор, проректор по научно-исследовательской работе Университета Международного Бизнеса, главный редактор
Сагадиев Е.К. – Министр образования и науки Республики Казахстан
Бианки М., - профессор, доктор PhD, Италия
Ван И. – д.э.н., Университет южной Дании, Дания
Кошанов А.К. - д.э.н., академик, Казахстан
Расулев А.Ф. - д.э.н., профессор, директор института экономики АН РУ, Узбекистан
Ли С. - зам. директора института России, Восточной Европы и Центральной Азии КАОН, Китай
Чжан М. - д.э.н., Hanken School of Economics, Финляндия
Ян М. - д.э.н., Университет города Вааса, Финляндия
У П. - д.э.н., Шанхайский Университет Науки и Технологий, Китай
Култан Я. - PhD, Экономический университет, Братислава, Словакия
Юнусова М. – ассоциированный редактор, Университет Международного Бизнеса, Казахстан

EDITORIAL COUNCIL

Sagadiyev K.A. - Doctor of Economics, professor, academician (chairman), Kazakhstan
Zhang X. – Doctor of Economics, professor, Vice-rector for Science and Research, University of International Business, Kazakhstan, Editor-in-Chief
Sagadiyev E.K. – Minister of Education and Science of Republic of Kazakhstan
Bianki M. - professor, Doctor PhD, Italy
Wang Y. - Doctor of Economics, Researcher, University of Southern Denmark, Denmark
Koshanov A.K., Doctor of Economics, professor, academician, Kazakhstan
Rassulev A. - Doctor of Economics, professor, Director of Economics Institute of Science Academy, Uzbekistan
Li S. - Deputy Director of Russia, Eastern Europe and Central Asia CASS, China
Zhang M. - Doctor of Economics, Researcher, Hanken School of Economics, Finland
Yang M. - Doctor of Economics, Researcher, University of Vaasa, Finland
Wu P. – Doctor of Economics, Professor, University of Shanghai for Science and Technology, China
Kultan J. - PhD University of Economics, Slovakia
Yunussova M. – Associate Editor, University of International Business,

Периодичность издания журнала - 1 раз в квартал (4 номера в год).
Языки изданий - казахский, русский, английский.
Свидетельство о постановке на учет средства массовой информации № 6384 от 13.10.2005 г.
Адрес издателя: 050010, г. Алматы, пр. Абая 8а. Университет международного бизнеса
Тел.(раб.): +8 (727) 2596310
Email: vestnik@uib.kz
Ответственность за содержание статей несет автор
©Университет международного бизнеса



ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕС УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ»

- ғылыми және мерзімді баспа басылымы болып табылады және 2006 жылдан бастап жарияланып келеді.

Журналдың тақырыбы экономика, инновация, IT технологияларын дамыту мен менеджмент, маркетинг және қаржы саласындағы өзекті мәселелерге арналған.

Мақалалар төменде көрсетілген негізгі тараулар бойынша орналасады:

- Қазіргі экономикадағы интеграция;
- Ұлттық экономиканың бәсекелестікке қабілеттігі;
- Қаржы секторы;
- Адам ресурстары.

Алыс-жақын шет елдердің белгілі авторлары мен зерттеушілері журнал беттерінде өз еңбектерін жариялаған (Қырғызстан, Әзірбайжан, Ресей, Украина, Польша, Италия және т.б.).

Қазақстанның барлық аймақтарынан журналда жарияланған қоры - 1000-нан астам мақалдан тұрады.

Журнал келесі принциптер негізінде оның мазмұнына тікелей ашық қол жеткізуді қамтамасыз етеді: зерттеу нәтижелері тегін қоғамдық қол жеткізу, жаһандық білім алмасуына ықпал етеді.

«ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА»

- это научное и периодическое издание, которое издается с 2006 года.

Тематика журнала посвящена актуальным проблемам в области экономики, инноваций, развития и управления ИТ-технологиями, маркетинга и финансов и др.

К публикации в журнале принимаются статьи научно-практического характера по следующим направлениям:

- интеграция в современной экономике;
- конкурентоспособность национальной экономики;
- финансовый сектор;
- человеческие ресурсы.

На страницах журнала печатались известные авторы и исследователи из ближнего и дальнего зарубежья (Кыргызстан, Азербайджан, Россия, Украина, Польша, Италия и др.).

Всего база опубликованных материалов превышает более 1000 статей из всех регионов Казахстана.

Журнал предоставляет непосредственный открытый доступ к своему контенту, исходя из следующего принципа: свободный открытый доступ к результатам исследований способствуют увеличению глобального обмена знаниями.

"UNIVERSITY OF INTERNATIONAL BUSINESS BULLETIN" i

s a scientific and periodical journal, published since 2006.

The subject of the Journal is correspondence of sociology, economics, innovation, development of IT technologies, management, marketing and finance, and others.

Scientific and practical articles are accepted for publication in journal in the following areas:

- integration in the modern economy;
- competitiveness of the national economy;
- financial sector;
- human resources.

Well-known authors and researchers from the near and far abroad countries (Kyrgyzstan, Azerbaijan, Russia, Ukraine, Poland, Italy, etc.) were printed in this journal.

Total resources: more than 1000 articles from all regions of Kazakhstan.

The journal provides immediate, open access to its content, based on the following principle: free, open access to research results helps to increase global knowledge sharing.



СОДЕРЖАНИЕ

Ордабаева Ж.М. IMPACT OF ICTS ON LEARNING AND ACHIEVEMENT	5
Джексекова Г.А. ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ВЕДЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА.....	8
Ogoleva T. IMPORTANCE AND DEVELOPMENT OF LINGUISTIC COMPETENCE IN THE ERA OF GLOBALIZATION.....	13
Алданазарова У.Е. ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОО «NEGOTIUM SOCIUM»	16

IMPACT OF ICTS ON LEARNING AND ACHIEVEMENT

Ордабаева Ж.М.

Магистрант, UIB

Казахстан, Алматы, ordabayevazhanna@gmail.com

Annotation: The modern period of development of society is characterized by a significant influence on it of computer technologies that penetrate into all spheres of human activity, ensure the dissemination of information flows in society, forming a global information space. One of the priorities of the process of informatization of modern society is the informatization of education - the process of providing the education sector with the methodology and practice of developing and optimizing the use of modern or, as they are commonly called, information technologies oriented towards the realization of the psychological and pedagogical goals of teaching and education.

Keywords: Education in Kazakhstan, computer science, Information and communication technologies.

The global introduction of computer technology in all areas of activity, the formation of new communications and highly automated information environment was not only the beginning of the transformation of the traditional education system, but also the first step towards the formation of the information society. The main factor determining the importance and feasibility of reforming the existing education system, including Kazakhstan, is the need to respond to the main challenges that the 21st century has made to humanity:

- the need for the public to shift to a new

development strategy based on knowledge and highly efficient information and telecommunication technologies;

- the fundamental dependence of our civilization on those abilities and personal qualities that are formed by education;

- the possibility of successful development of society only in reliance on genuine education and the effective use of ICT;

- the closest connection between the level of welfare of the nation, national security of the state and the state of education, the use of ICT. [1, c. 168]

The use of computers in education has led to the emergence of a new generation of information educational technologies that have improved the quality of education, created new means of educational influence, and more effectively interact with teachers and students with computers. According to many experts, new informational educational technologies based on computer tools allow to increase the efficiency of classes by 20-30%. The introduction of a computer in the field of education was the beginning of a revolutionary transformation of traditional methods and technologies of education and the entire branch of education. An important role at this stage was played by communication technologies: telephone communications, television, space communications, which were mainly used in the management of the learning



process and systems of additional education.

The emergence of modern telecommunication networks and their convergence with information technologies, that is, the emergence of ICT, has become a new stage in the global technologization of advanced countries. They became the basis for the creation of the infosphere, since the combination of computer systems and global telecommunication networks made it possible to create and develop a planetary infrastructure connecting all of humanity. An example of the successful implementation of ICT was the emergence of the Internet - a global computer network with its virtually unlimited possibilities for collecting and storing information, transmitting it individually to each user. [2, c. 191]

The Internet has quickly found application in science, education, communications, the media, including television, advertising, commerce, and other areas of human activity. The first steps in introducing the Internet into the education system showed its great potential for its development. However, they also revealed the difficulties that need to be overcome for the widespread use of the Network in educational institutions. This is significantly higher cost of organizing training compared to traditional technologies, which is associated with the need to use a large number of technical (computers, modems, etc.), software (support for learning technologies) tools, as well as the preparation of additional organizational and methodological manuals (special instructions for students and teachers, etc.), new textbooks and teaching aids, etc. It should be noted that the current stage of the use of the Internet in education, especially in our country, is experimental. The process of accumulating experience is underway, ways are being sought to improve the quality of education and new forms of ICT use in various educational processes. Difficulties in ICT development in education arise due to the lack of not only the methodological basis for their use in this area, but also the methodology of developing ICT for education, which forces the teacher to practice only focus on personal experience and the ability to look empirically for ways to effectively use information technologies.

The complexity of introducing modern ICTs is determined by the fact that the traditional practice of their development and implementation is based on the ideology of creating and using information and telecommunication systems in completely different areas: communications, the military-industrial complex, aviation and astronautics. ICT adaptation to a specific field of application is carried out here by specialists from design offices and research institutes who have extensive experience in developing such equipment and, therefore, are well aware of the purpose of the systems and the conditions of their operation. In modern education there are no such specialized research structures, they are just beginning to be created. For this reason, there is a "gap" between the possibilities of educational technologies and their actual use. An example is the current practice of using a computer only as a typewriter. This gap is often exacerbated by the fact that the majority of school teachers and teachers of humanitarian universities do not have the modern knowledge necessary for the effective use of ICT. The situation is complicated by the fact that information technologies are quickly updated: new, more efficient and complex ones are being created, based on artificial intelligence, virtual reality, multilingual interface, geo-information systems, etc. The way out of this contradiction may be the integration of technologies, that is, their combination, which will enable the teacher to use technical tools that are clear to him and which are certified and adapted to the learning process. The integration of ICT and educational technologies should become a new stage of their more effective introduction into the system of our education. [3, c. 288]

Thus, on the path of the movement of our country, the introduction of ICT in education in three stages can be distinguished:

- initial, associated with the individual use of computers, mainly for the organization of the education system, its administration and storage of information about the management process;
- modern, associated with the creation of computer systems, the Internet and the convergence of information and telecommunication technologies;

- future, based on the integration of new ICT with educational technologies.

Currently, in the development of the process of informatization of education, a new direction of activity of the teacher is manifested - the development of information technology training and program-methodical training complexes, but this can be said — the highest aerobatics and it is still premature to set such high goals. In the meantime, we are saying that the information competence of a teacher is the basis for improving the quality of education and consists in overcoming the following “barriers” in the development of modern information technologies by teachers:

1. Ignorance of the capabilities of modern ICT - often teachers are not even aware of what can be done or how you can significantly save time with the help of modern software products and Internet services.

2. Lack of skills to effectively use ICT tools - lack of time for self-mastering of products, difficulty in learning some programs, lack of convenient reference material in case of difficulties (or inability to use reference programs effectively) - all this makes it difficult to develop skills in working with software products. In addition, very often a situation arises when, encountering a number of difficulties and not getting a result, the teacher decides not to waste time learning a new, seemingly complex, software product.

3. The lack of methods for applying ICT in the educational process - knowledge of the possibilities of modern ICT and the ability to work with them is still not enough for the effective use of ICT in the educational process. For this purpose, methodological materials are needed: on the development of multimedia materials, on the use of ICT in seminars, on the development of teaching materials, etc.

ICT should cease to be an innovation for the school, but should become the guarantor of the growth of the quality of education of children, and we need to think about the directions of the use of ICT in the educational process. [4, c. 303]

REFERENCES

1. *Vsemirnyj doklad JuNESKO po komunikacii i informacii, 1999-2000 gg.* – M. – 2000. – 168 s.
2. *Obrazovanie i XXI vek: Informacionnye i kommunikacionnye tehnologii.* – M.: Nauka, 1999. – 191 s.
3. *Otkrytoe obrazovanie – ob'ektivnaja paradigma XXI veka / Pod obshh. red. V.P. Tihonova.* – M.: MJeSI, 2000. – 288 s.
4. *Romanov A.N., Toropcov V.S., Grigorovich D.B. Tehnologija distancionnogo obuchenija v sisteme zaochnogo jekonomicheskogo obrazovanija.* – M.: JuNITI-DANA., 2000. – 303 s.



ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ВЕДЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Джексекова Г.А.

*Университет Международного Бизнеса Казахстан, Алматы,
gauhar_closer@yahoo.com*

Аннотация: в данной статье раскрывается определение международного бизнеса, рассматриваются специфика международного бизнеса, отличие международного бизнеса от внутреннего бизнеса, суть международных компаний, обосновывается важность факторов окружающей среды, влияющих на ведение бизнеса. Внешняя среда имеет огромное значение для любой международной компании. Руководители иностранных компаний должны обязательно учитывать влияние факторов внешней среды на деятельность компаний. Недооценка влияния внешней среды на компанию может привести к весьма негативным последствиям.

Ключевые слова: международный бизнес, иностранные компании, факторы, влияющие на ведение бизнеса, управление международной компанией, руководители международных компаний.

Все мы прекрасно понимаем важность и необходимость ведения международного бизнеса в мире. Международный бизнес в данный момент играет значительную роль для развития экономики каждой страны и развития мировой экономики. За счет международного бизнеса обеспечивается около 80-90% мирового товарооборота, развиваются инновации и передовые технологии, привлекаются иностранные инвестиции. Международный бизнес оказывает колоссальное влияние на принимающие страны, способствует появлению новых рабочих мест, развивает инфраструктуру, превращая принима-

ющую страну в более конкурентоспособную.

В своей диссертации я исследую проблемы иностранных компаний в разных странах мира и Казахстане, рассматриваю причины их возникновения, приоритетность данных проблем в разных странах мира, их отличия и особенности. Именно факторы внешней среды являются предпосылками для возникновения различных проблем у иностранных компаний. Многие ученые исследовали в своё время международный бизнес, эволюцию его развития, теорию интернационализации, влияние внешней среды на деятельность компаний, неопределенность бизнес среды, международные и многонациональные корпорации. Некоторые ученые сформулировали в своих работах важность международной бизнес среды в международных бизнес исследованиях, важность влияния внешней среды на деятельность международных компаний. В этой связи для меня актуально описать в статье факторы внешней среды, влияющие на ведение бизнеса любой иностранной компании.

Под международным бизнесом можно понимать деловое взаимодействие компаний различных форм собственности или их филиалов, представительств, подразделений, находящихся в разных странах мира. Главной целью данного взаимодействия является достижение прибыли благодаря получению выгод, появляющихся из преимуществ международных деловых операций [1, с. 45-46].

Международный бизнес охватывает полный спектр трансграничных обменов товарами, услуга-

ми или ресурсами между двумя или более нациями. Эти обмены могут выходить за рамки обмена денег на физические товары, включая международные переводы иных ресурсов, таких как люди, интеллектуальная собственность (например, патенты, авторские права, торговая марка, товарные знаки и данные) и договорные активы или обязательства (например, право на использование некоторых иностранных активов, право предоставлять некоторые будущие услуги для иностранных клиентов, или право воспользоваться сложным финансовым инструментом). Предприятия, занимающиеся международным бизнесом, различаются от крупных международных компаний с тысячами сотрудников, ведущих бизнес во многих странах мира, до небольших компаний, состоящих из одного человека, действующих как импортер или экспортер. Это более широкое определение международного бизнеса также включает в себя коммерческие трансграничные транзакции, а также транзакции, мотивированные нефинансовой прибылью (например, тройной итог, корпоративные социальные ответственность и политическая поддержка), которые влияют на будущее бизнеса [2, с. 18].

Международный бизнес относится к тем видам деятельности, которые включают в себя сделки товаров, услуг или ресурсов между двумя или более странами. Транзакции экономических ресурсов включают капитал, навыки, людей для международных производств физических товаров или услуг, таких как финансы, банковское дело, страхование, строительство [3, с. 10].

По словам Болла, международный бизнес – это бизнес, деятельность которого осуществляется за пределами их стран и включают в себя не только международную торговлю и международное производство, но и растущую торговлю услугами в таких областях, как транспорт, туризм, реклама, строительство, розничная торговля и массовую коммуникацию [4, с.15].

Управление компанией в родной стране существенно отличается от управления международной или иностранной компанией в другой

стране. Руководители иностранных компаний должны учитывать большое количество факторов, на которые могут не обращать внимания руководители местных компаний. Безусловно, руководителям иностранных компаний необходимо обращать должное внимание на особенности культуры, менталитета, законодательства, налогообложения, правового обеспечения и регулирования бизнеса, экономическое положение, специфику ведения бизнеса в той или иной стране.

Компании, которые активно взаимодействуют и функционируют в международном бизнесе, называются международными или многонациональными предприятиями. Международная компания представляет собой объединение головной компании, офисов, филиалов, представительств и подразделений компании в разных странах. Международная компания преследует достижения различных целей в разных странах, где она представлена.

На наш взгляд, существуют следующие факторы внешней среды, оказывающие влияние на ведение международного бизнеса.

Политический (Р): - Политическая ситуация в стране, в которой компания ведет свой бизнес, является чрезвычайно критической. К политическим факторам относятся состояние власти в стране, стабильность политического положения страны, положение и настрой оппозиции, политика руководства страны, коррупция и другие. Экспроприация является одной из основных проблем, и до того, как иностранная компания берет на себя обязательства по инвестированию, она имеет преимущество перед правительством принимающей страны в том, что касается переговорной силы для извлечения инвестиционных стимулов. Но, будучи приверженными, инвестиции становятся уязвимыми, так как рыночная власть переходит к правительству принимающей страны, создавая риск устаревания проекта.

Экономический (Е): - Изменения в экономическом сценарии, налоговые ставки, процентные ставки / обменный курс, инфляция могут создать серьезную дилемму для бизнеса: стоит ли сокра-



щать расходы и экономить ресурсы или инвестировать в новый продукт, чтобы использовать слабость конкурента?

Социальный (S): - Эти факторы больше связаны с потребительским аспектом бизнеса. Демография страны, образ жизни людей, этнические / религиозные взгляды очень важны с точки зрения запуска продукта. Неспособность определить культурное соответствие между целевой страной и вашим продуктом, маркетинговая кампания может привести к выводу продукта / услуг компании с рынка и соответственно к потерям для компании.

Технологический (T): - Производственная зрелость, возможности, мощность должны учитываться в зависимости от типа продукта, который компания хочет запустить. В разных странах внедрение инноваций и технологий идет разными темпами. Проблема может заключаться в том, что существующие инфраструктура и технологии в целевой стране еще не готовы для продукта или бизнес-плана компании. Если это не определено на начальном этапе, то в дальнейшем компании могут потребоваться значительные инвестиции для создания технологического ландшафта для запуска продукта / услуг.

Юридический (L): - Понимание регулирующих органов и процессов является одной из наиболее важных проблем, с которыми могут столкнуться компании, ведя бизнес в других странах. Компании должны тщательно изучить налоговое законодательство, законодательство по миграции и регистрации иностранных граждан, законодательство по привлечению иностранной рабочей силы, законодательство о защите прав потребителей, природоохранное законодательство, законодательство по охране труда и технике безопасности и многие другие. Те компании, которые не способны отслеживать своевременно все изменения, происходящие в данных законодательствах, рискуют в будущем создать проблемы для бизнеса. Например, позднее изменение продукта или процессов внутри компании не так легко выполнимо и связано со значительными затратами.

Окружающая среда (E): - В зависимости от типа отрасли, в которой находится компания в природоохранных законах страны, это может оказать существенное влияние на работу бизнеса. Например, в авиационной промышленности изменение законодательства о выбросах страны может оказать существенное влияние на ведение бизнеса [5].

Также существуют и другие факторы, такие как высокая неопределенность окружающей среды, глобализация, внедрение инноваций, умение управлять разнообразием в компании, усложнение рабочих задач и процессов за счет совершенствования информационных технологий, информационная перегрузка и неумение управлять большим объемом информации, управление цепочкой поставок, наличие стратегического мышления и умения эффективно решать проблемы у руководителей компании.

Помимо данных факторов некоторые исследователи выделяют дополнительно различные модели ведения бизнеса в разных странах мира, одностороннее развитие международного бизнеса, связанное с однотипным развитием развитых и развивающихся стран, и другие факторы.

Безусловно, в разных странах различные факторы будут иметь первостепенное или критическое значение для определенной международной компании. Однако, вне зависимости от серьезности влияния каждого из перечисленных факторов, руководители международных компаний должны иметь четкое представление о существующих факторах, объективно оценивать степень влияния каждого из этих факторов, разрабатывать и применять соответствующие меры по снижению влияния на деятельность компании.

Внешняя среда оказывает большое влияние на деятельность международных компаний в других странах. Так, например, иностранным компаниям очень сложно ориентироваться в фискальной системе Германии. Предприятия должны заниматься девятью налоговыми платежами в год, тратя на это 207 часов своего времени. Взносы на социальное обеспечение занима-

ют 134 часа, а корпоративный подоходный налог и уплата НДС также могут быть крайне ограничены во времени. Всего существует 14 различных налогов, которые могут оплачивать предприятия, действующие в Германии. Также ведение бизнеса в Германии без надлежащей межкультурной осведомленности является рискованным, поэтому предприятия должны убедиться, что они имеют понимание как делового ландшафта, так и культуры. Иерархия ценится в Германии чрезвычайно высоко, и часто существует множество процедур и политик, которые могут замедлить ход событий, поэтому немного терпения имеет решающее значение для успеха в деловых переговорах [6]. Для международных организаций, ведущих бизнес в Германии, эта иерархическая структура может влиять на переговоры и встречи, которые могут занять намного больше времени, чем ожидалось. Часто иностранные компании воспринимают множество процедур и политик как чрезмерное замедление и недоверие [7].

Недооценка влияния внешней среды на показатели деятельности компании может привести к весьма негативным последствиям. Ниже приводится несколько примеров для разных компаний.

Компания Coca-Cola недооценила влияние факторов внешней среды на свой бизнес, когда в мае 2013 года она запустила в Израиле кампанию Share the Coke, в рамках которой напечатала 150 самых популярных израильских имён на бутылках и банках напитков Coke, Diet Coke и Coke Zero. Как и в других странах, цель компании заключалась в том, чтобы сделать потребление персональным, а также привлечь новых клиентов. Однако в Израиле культурная самобытность тесно связана с религией и этнической принадлежностью. Ошибкой было игнорировать, что Израиль — страна, где проживает много этносов и отношения между ними бывают напряжёнными. В результате у компании возникли проблемы. С начала арабо-израильский гражданин направил ходатайство в израильский суд, назвав кампанию дискриминационной. Он обратил внимание на то, что на банках не появилось ни

одного арабского имени, хотя арабское население Израиля насчитывает более 1,5 млн человек. Позже претензии поступили от членов российского иммигрантского сообщества и меньшинств из Эфиопии. Чтобы разрешить ситуацию, представители Coca-Cola сделали заявление, что все желающие могут распечатать свои имена на принтерах в ряде магазинов [8].

Компания Google также не учла особенностей ведения бизнеса в другой стране, а именно в Китае, несмотря на свою успешную деятельность во многих других странах. Успех или провал зарубежной компании зависит от того, сумеет ли она установить хорошие отношения с китайскими властями. Google отказалась подчиняться нормативным актам, в результате чего ее сервисы в Китае были заблокированы. В 2010 году компания закрыла китайскую версию своего поисковика и покинула огромный китайский рынок. Пока рыночная доля Google уменьшается, ее местный конкурент Baidu стабильно увеличивает свою долю на рынке поисковиков. Похожая участь постигла и другие иностранные сайты, например, Foursquare и Twitter [9].

Однако, помимо провалов существуют истории успеха международных компаний в других странах. Одним из таких ярких примеров является компания Honda, ведущий японский производитель мотоциклов. Эта японская компания начала свою бизнес стратегию, когда в мире существовали две отличающиеся отрасли по производству мотоциклов. Поскольку азиатский мотоцикл пользовался популярностью как недорогое транспортное средство, основой конкуренции компаний в регионе была цена. На Западе производители использовали в конструкциях машин всевозможные ухищрения, чтобы разнообразить свои изделия и привлечь внимание разборчивого покупателя. На тот период времени ни один из западных рынков не превышал по своему объему 100 000 штук мотоциклов, а широкая номенклатура изделий и небольшие их количества означали минимальные возможности для получения экономии, обусловленной ростом масштаба производства. Honda смогла превратить свой бизнес в глобальный благодаря



нескольким причинам. Во-первых, компания внедрила американскому среднему классу идею о том, что езда на мотоцикле – это превосходный вид отдыха. Во-вторых, за счет маркетинговых инноваций, ежегодные темпы роста компании за период с конца 50-х до конца 60-х годов превысили 20%. В-третьих, Honda переориентировала рыночные предпочтения с характеристик изделий своих американских и европейских конкурентов на характеристики своих собственных изделий. В-четвертых, Honda старалась завоевать другие категории потребителей. В-пятых, компания активно использовала рекламу, презентации и торговые выставки, чтобы убедить потребителей в таких преимуществах своих изделий, как дешевизна, надежность и удобство эксплуатации. В-пятых, большие капиталовложения в сеть сбыта – 2000 дилеров, система розничной торговли, щедрая гарантия и сервисная книжка, а также быстрая поставка любых запчастей поддерживали и развивали успех компании. В-шестых, компания завоевывала потребителей, предлагая им более совершенные мотоциклы. И наконец, в-седьмых, компания осуществляла реализацию экономии, обусловленной ростом масштаба производства, которой удалось добиться за счет централизованного производства и материально-технического снабжения [10, с. 123-124].

Таким образом, мы видим, что недостаточное изучение факторов внешней среды приводит к прямому негативному воздействию на деятельность и достижение результатов международных компаний. Такими факторами внешней среды могут оказаться культурные особенности, локальные особенности торговли, законодательная база, и многие другие. Поэтому руководители международных компаний должны изучать подобные факторы и делать всё возможное, чтобы минимизировать влияние данных факторов на свой бизнес.

Resume: As we can see, international business is not same business activity as domestic business. International business includes operations with different companies from different countries. International business can be defined as the

business interaction of firms of various forms of ownership or their subdivisions located in different countries, which has the main purpose of making profit by obtaining benefits from the benefits of international business operations. Every international company must take into consideration environmental factors and their influence on the company. Therefore, managers of international companies must pay attention, analyze environmental factors (legal, political, social, environmental, economical, technological, cultural, etc.) and adapt activity of the company to these factors in order to minimize influence of such factors on their business.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гриффин Р., Пастей М. *Международный бизнес*. 4-е изд. / Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. — СПб.: Питер, 2006. — 1088 с: ил. — (Серия «Классика МВА»)
2. *Challenges and Opportunities in International Business v.1.0*. Mason A. Carpenter and Sanjyot P. Dunung 2012 – 812 pages
3. Joshi, M. R. 2009. *International Business*. Oxford University Press.
4. Ball, A. D., Wendell, H., McCulloch, Jr., Frantz, L. P., Geringer, J. M., Minor, S. M. 2001. *International Business – The Challenge of Global Competition*. International Edition, McGraw-Hill.
5. <https://www.leanmethods.com/resources/articles/top-ten-problems-faced-business/>
6. <https://www.tmf-group.com/en/news-insights/business-culture/top-challenges-germany/>
7. <https://www.communicaid.com/cross-cultural-training/blog/challenges-of-doing-business-in-germany/>
8. <https://secretmag.ru/cases/stories/eto-proval-kak-apple-cca-cola-i-drugie-kompanii-teryali-zarubezhnye-rynki.htm>
9. <https://magazeta.com/2018/05/oriental-management/>
10. Кулешова А. Б.. *Конкуренция в вопросах и ответах: Учеб. пособие. Изд-во Проспект*. - 256 с. М.: ТК Велби, 2004.

IMPORTANCE AND DEVELOPMENT OF LINGUISTIC COMPETENCE IN THE ERA OF GLOBALIZATION

Tatyana Ogoleva

*University of International Business Almaty, Kazakhstan,
vantati@mail.ru*

Abstract

The development of English as a world language can be traced started from the Second World War. The victory of Allied Forces, ex-colonial British influence, American technological progress and economic situation predetermined the position of the English language in the world.

In fact, the world language is a very practical thing. Air Traffic controllers, pilots and sea captains, international commerce and trade need immediate and comprehensive communication which is quite difficult or even impossible without a lingua franca.

Present article is focused on the Importance and development of linguistic competence in the era of globalization. We will talk about the language competence in general, starting from the native language competence and finishing by foreign language competence with the stress on lingua franca.

As we are going to talk about the educational process we will mention the role of the teacher and teaching materials in this process and we will illustrate the importance of the development of communicative competence.

Talking about linguistic and communicative competences we cannot omit the topic of relationship between language and culture and intercultural communication in the era of globalization.

Key words: linguistic competence, language

competence, intercultural sensitivity, cultural awareness, lingua franca

1. Introduction

The main direction of today's pedagogy is to search the optimal means of the organization of the modern educational process with the particular stress on the word «modern» which means «refers to society demands not only in present but also in future perspective».

Latest trends in educational system offer a wide range of effective technologies such as MOOCs (digital learning), flipped education, blended education, peer-to-peer learning, adaptive learning, gamification etc. with the use of multimedia technologies. Multimedia contains a great potential for effective learning; it simulates real life problem handling environments, facilitates individualized and cooperative learning and it is especially effective as a tool in learning foreign languages.

All these technologies have the aim to develop professional competences; by competence we mean: ability of a person to solve professional problems and tasks which arise in real life situations with the use of acquired knowledge, skills and experience.

2. Language competence in the context of modernization of higher education

Linguistic competence nowadays is really important and not only for students and graduates of the humanities (the Arts) but absolutely for everyone



who is ambitious enough and whose aim is to be a confident player in this world. In modern society our ability to build dialogs, to conduct negotiations and communicate in intercultural environment, to convince and defend point of view without offence of somebody's feelings and interests are of the paramount importance.

Talking about linguistic competence we mean in present work first of all native language competence and speech standards and only then foreign language competence. It is obvious that if we are confident in our native language use it will be easier for us to formulate our speech in foreign language. The problem is that many students have difficulties in logical reasoning, in expression of their ideas and thoughts even in their own native language; we get used to act according to patterns but today's reality demands to go out of patterns frames. In present work we are not going to criticize the traditional educational methods and to sing song of praise to modern educational technologies as both of them have their advantages and drawbacks, the aim is just to show the necessity to adapt to changing environment: to sink or to swim.

3. The role of teacher and the teaching materials

It is impossible to modernize the educational process without preparation of all its actors (participants). Komenskiy illustrated the role of a teacher in the educational process as the following: «To teach properly means not to rub into students' heads the gathered mixture of words, phrases and opinions of different authors, but to discover students' abilities to understand things around...»

Improvement of teachers' professional skills is an essential condition for the educational system modernization. Teaching materials and equipment require constant update; they should reflect the modern tendencies in the society and in the language as future graduates will face a real world which is multicultural, technological and digital.

We should always remember that in the era of globalization, the rapid growth of science and technology there is a life outside the classroom and

we have no rights to put the frames for students using only old, traditional methods. With the change in the world we should use up-to-date methods and technological innovations in the classroom in order to prepare our students for their future professional life outside the school.

4. English as a world language: lingua franca

Within the newly emergent social and political structures we can speak about the role of English as a lingua franca. Until the First World War French language had been the major language of communication within Europe but after the Second World War this role has been taken by English. Huge investments had been made in the teaching materials (textbooks, manuals, teachers' trainings) by countries where English is not the first language. English speaking classes, libraries and different programs organized particularly by British Council, by American Corners (US Embassy) and by other organizations, stimulate and support the interest in English language learning. English language became a tool for interaction among people of different cultures. Thus, pedagogical norms should adapt to the reality.

5. Cultural awareness in the process of foreign language acquisition

In the process of foreign language teaching we need to remember that language, literature and culture somehow go together. When we learn a language, we begin to focus on the cultural heritage that goes with that country, including modern developments. Thus, we teach our students cultural awareness i.e. to be opened for anything else. Language is always interlinked with a culture. When we learn Russian, we deal with Russian culture; when we learn French we familiarize ourselves with French culture and the same is with English and any other language. Thus, English language teaching should also develop learners' intercultural sensitivity.

According to Byram and Fleming (1998), the intercultural speaker is someone with knowledge of

one or more cultures and social identities, and who enjoys discovering and maintaining relationships with people from other cultural backgrounds, although s/he has not been formally trained for that purpose.

6. Conclusion

For the last 15 years there had been significant changes in the higher education of Kazakhstan. We can observe modern tendencies; now we talk about education as a «life-long learning», about student-centered learning, about smart, digital learning, e-resources and e-books. Significant changes took place in the legislative, regulatory basis in the sphere of education.

In the Conception of the development of foreign language education in Kazakhstan it is said that through language learning, individual acquires knowledge about global picture of the world, communicative competence which affords to prevent and to overcome conflicts based on historical, political and religious differences in cultures. Thus, the effective basis for international, intercultural communication and collaboration is reached by means of the language competence.

REFERENCES

1. Michael Byram and Peter Grundy (2003). *Context and Culture in Language Teaching and Learning*. Great Britain: Short Run Press Ltd.
2. Paulston, Christina Bratt (1992). *Linguistic and Communicative Competence: Topics in ESL Multilingual Matters*.
3. Anne Ife (2007). *A Role for English as Lingua Franca in the Foreign Language Classroom? Spain: Springer*.
4. Сепик Г.В. «Языковая компетентность» студентов в контексте модернизации высшего профессионального образования. ФАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»
5. Иванчикова Т. В. (2012). *Языковая и речевая компетентность экономистов. Учебное пособие*. Москва: Издательство «Флинта»
6. Кунанбаева С.С. (2006). *Концепция развития иноязычного образования РК. Концепция утверждена Советом УМО на базе КазУМОиМЯ им. Абылай хана (Протокол №1 от 25.02.2006 г.). Согласована с МОН РК. Республики Казахстан, Алматы.*



ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОО «NEGOTIUM SOCIUM»

Алданазарова У.Е.

*Университет Международного Бизнеса Казахстан, Алматы,
d.aldanazarova@gmail.com*

Аннотация. В статье представлена оценка платежеспособности на примере предприятия ТОО «Negotium Socium». В условиях современной экономики каждый хозяйствующий субъект находится под фокусом внимания огромного числа участвующих в рыночных отношениях, заинтересованных в итогах функционирования данного субъекта. Данные наблюдатели стремятся проводить оценивание финансового положения организации, используют при этом доступные финансовые документы и отчетность. Финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы оценивается показателями ликвидности и платежеспособности, в наиболее общем виде характеризующими, может ли оно своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам перед контрагентами. В настоящее время, перед каждым хозяйствующим субъектом, функционирующим в существующих экономических реалиях, стоит задача обеспечения ликвидности и платежеспособности.

Ключевые слова: платежеспособность, ликвидность, финансовое состояние, активы, анализ, оборотный капитал, обязательства

Под ликвидностью организации понимается ее способность покрывать свои обязательства активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения

обязательств. Ликвидность означает безусловную платежеспособность организации и предполагает постоянное равенство между ее активами и обязательствами одновременно по общей сумме и по срокам превращения в деньги (активы) и срокам погашения (обязательства) [1, с.326].

Согласно мнению Шеремета А.Д., платежеспособность организации – это сигнальный показатель, в котором проявляется ее финансовое состояние. Под платежеспособностью он подразумевает способность организации вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, производить оплату труда персонала, вносить платежи в бюджеты и во внебюджетные фонды [2, с. 114].

Петрова Л.В. считает, что платежеспособность – это способность предприятия рассчитываться по своим долгосрочным обязательствам. Поэтому предприятие будет платежеспособным, если его активы больше, чем внешние обязательства [3, с 86]

По словам Бердниковой Т.В., платежеспособность – это способность предприятия своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам перед контрагентами [4, с. 178].

Таким образом, можно заключить следующее: платежеспособность – это способность

предприятия своевременно и полностью рассчитаться по всем обязательствам перед своими кредиторами. А основными признаками платежеспособности являются: наличие в достаточном объеме средств на расчетном счете и отсутствие просроченной кредиторской задолженности.

Юридический адрес ТОО «Negotium Socium» Казахстан, г. Алматы, 050026, Карасай Батыра 169. Основным видом деятельности ТОО «Negotium Socium» является оказание посреднических услуг для предприятий, расширяющихся на казахстанский рынок. Виды услуг Компании, следующие:

- поиск бизнес-партнёров;
- организация бизнес-встречи;
- исследование рынка.

Бизнес-процессы Компании:

- проведение предварительных исследований рынка, согласно запросу и деятельности компании;
- сбор базы данных;
- установление деловых отношений посредством звонков, писем, встреч с местными компаниями;
- организация первичной встречи через Skype или другую программу между местной и иностранной компаниями;
- организация деловой встречи на территории Казахстана;
- постоянная поддержка после сделки.

В процессе анализа следует изучить динамику активов Товарищества, изменения в их составе и структуре и дать им оценку, таблица 1 [5].

Средства предприятия	Сумма, млн.тенге					Структура, %				
	2018	2017	2016	изменение, +/-		2018	2017	2016	изменение, +/-	
				2018 / 2017	2017 / 2016				2018 / 2017	2017 / 2016
Внеоборотные активы	0	0	288,3	0	-288	0	0	30,2	0	-30,2
Оборотные активы	720	768	666	-48	102	100	100	69,8	0	30,2
Итого	720	768	955	-48	-187	100	100	100	0	0,0
В том чи сле:				0	0				0	0,0
-монетарные активы	424	249	397	175	-148	58,9	32,5	41,6	26,5	-9,1
- немонетарные активы	296	519	558	-223	-39	41,1	67,5	58,4	-26,5	9,1
Примечание: составлена автором по данным источника [5]										

Таблица 1 - Горизонтальный и вертикальный анализ активов ТОО «Negotium Socium» за 2016-2018гг.



Горизонтальный анализ активов Товарищества, представленный в таблице 1, показывает, что за период с 2016-2018 годы наблюдается тенденция снижения активов Товарищества. Абсолютная их сумма, состоящая в 2018 году из оборотных активов уменьшилась на 48,0 млн.тенге относительно 2017 года. Немонетарные активы сократились на 223,0 млн.тенге в 2018 году относительно 2017 года и на 39,0 млн.тенге в 2017 году относительно 2016 года. При этом монетарные активы увеличились в 2018 году на 175,0 млн.тенге относительно 2017 года и сократились на 148,0 млн.тенге в 2017 году относительно 2016 года. Полученные данные показывают, что структура активов анализируемого предприятия изменилась незначительно: также преобладает доля оборотных активов в структуре активов ТОО «Negotium Socium».

В процессе управления финансовыми ресурсами ТОО «Negotium Socium» проводится анализ ликвидности и платёжеспособности предприятия. Анализ ликвидности предприятия - это анализ ликвидности баланса, т.е. сравнение средств по активу [6]. При проведении данного анализа активы разделяют на группы по степени их ликвидности, то есть от предполагаемой скорости превращения их в денежные средства. Аналогично выделяют группы капитал и обязательства баланса по степени срочности оплаты.

Проведём сопоставление группы активов и группы капитала и обязательств ТОО «Negotium Socium» на период с 2016 по 2018 год.

В таблице 2 приведены объединённые в группы статьи баланса.

Актив	2018	2017	2016	Капитал и обязательства	2018	2017	2016	Платежный излишек или недостаток		
								2018	2017	2016
1. Наиболее ликвидные активы (A1)	720	22	93	1. Наиболее срочные обязательства (П1)	017	81	98	297	659	805
2. Быстро - реализуемые активы (A2)	190	274	307	2. Краткосрочные обязательства (П2)	13	22	20	177	252	287
3. Медленно - реализуемые активы (A3)	293	516	267	3. Долгосрочные обязательства (П3)	0	0	0	293	516	267
4. Трудно - реализуемые активы (A4)	0	0	288	4. Постоянные обязательства (П4)	-335	34	25	-335	34	-254
Баланс				Баланс						

Примечание: составлена автором по данным источника [5]

Таблица 2 - Баланс ликвидности ТОО «Negotium Socium» за 2016-2018 г., млн.тенге

Исходя из данных по балансу ликвидности ТОО «Negotium Socium», очевидно, что не все показатели на конец 2018 года положительны, а баланс ТОО «Negotium Socium» не отвечает параметрам абсолютной ликвидности. Из таблицы 2 видно, что первая группа активов (платежных средств) в 2018 году не покрывает платежные обязательства на 297,0 млн.тенге, в 2017 году на 659,0 млн.тенге, в 2016 году на 805,0 млн.тенге, что свидетельствует о неплатежеспособности организации до 3 месяцев в эти годы.

Вторая группа активов демонстрирует положительное сальдо: покрывает платежные обязательства в 2016-2018 года, что говорит о платежеспособности организации до 6 месяцев.

Из сравнения медленно реализуемых активов с долгосрочными обязательствами

видно, что у ТОО «Negotium Socium» в 2016-2018 годы было положительное сальдо. За 2016 и 2018 годы постоянные обязательства (капитал) были ниже трудно реализуемых (долгосрочных) активов соответственно на 335,0 млн.тенге и 254,0 млн.тенге соответственно в 2016 и 2018 года, что свидетельствует об отсутствии собственных оборотных средств у организации в эти годы. В 2017 году предприятие имеет положительное сальдо на сумму 34,0 млн.тенге, что говорит о наличии собственных оборотных средств.

Далее составим таблицу 3 с расчетами коэффициентов платежеспособности, сравним с нормальным ограничением и отобразим динамику на рисунке 1.

Показатель	2018	2017	2016	Оптимальное значение	Отклонение				
					2018-2017	2017-2016	2018-оптимального	2017-оптимального	2016-оптимального
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коэффициент абсолютной платежеспособности	0,230	0,031	0,103	0,2	0,262	-0,134	0,030	-0,231	-0,097

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Коэффициент быстрой плате - жеспособности	0,412	0,354	0,439	>1	0,057	-0,085	-0,588	-0,646	-0,561
Коэффициент текущей платежеспособности	0,699	1,092	0,737	>2	-0,393	0,355	-1,301	-0,908	-1,263

Примечание: составлена автором по данным источника [5]

Таблица 3 - Динамика коэффициентов ликвидности ТОО «Negotium Socium» за 2016-2018 года



На основе таблицы 3 и рисунка 1, можно увидеть, что по данным ТОО «Negotium Socium» коэффициент абсолютной платежеспособности составляет 0,103 в 2016 году, 0,031 в 2017 году и 0,230 в 2018 году. Таким образом, погасить свои обязательства в срочном порядке предприятие смогло бы в 2018 году. Данный коэффициент имеет значение ниже нормативного на конец 2016-2017 годов. Низкое значение коэффициента абсолютной ликвидности ТОО «Negotium Socium» указывает на низкую его платежеспособность.

Значения показателя быстрой ликвидности у ТОО «Negotium Socium» также не соответствуют указанному теоретическому значению в 2016-2018 годы, при этом коэффициент повышается в 2018 году относительно 2017 года и составляет 0,412 (0,354 – в 2017 году), что свидетельствует о том, что ликвидность предприятия повышается.

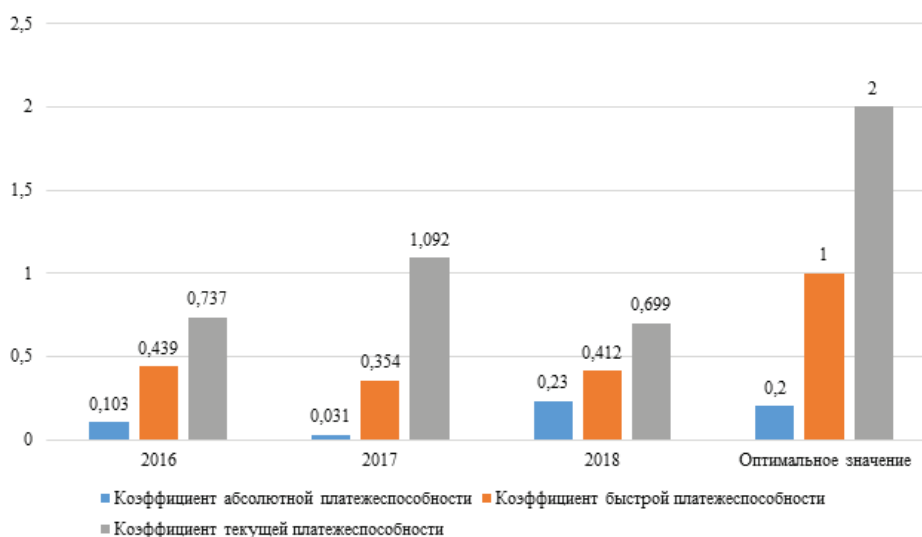


Рисунок 1 - Динамика показателей ликвидности ТОО «Negotium Socium» за 2016-2018 годы

Показатель текущей ликвидности по ТОО «Negotium Socium» в 2016-2018 года ниже рекомендуемых значений. Следовательно, Товарищество не имеет оборотных средств для погашения обязательств. Все это говорит о необходимости принятия соответствующих мер по улучшению ситуации: увеличение монетарных активов, снижение кредиторской задолженности и активизации работы по снижению внеплановых издержек.

Исходя из вышеизложенного за период с 2016-2018 годы наблюдается тенденция спада активов предприятия, при этом краткосрочные активы занимают преобладающую долю в структуре активов. За период 2014-2018 года ТОО «Negotium Socium» можно признать не ликвидным,

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гиляровская Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / Л.Т. Гиляровская. - М.: Проспект, 2013.
2. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практическое пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.
3. Петрова Л.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие для вузов / Л.В. Петрова, Н.А. Игнатуценко, Т.П. Фролова. – М.: Издательство Московского государственного открытого университета, 2009 – 179 с.
4. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 224 с.
5. Финансовая отчетность ТОО «Negotium Socium» за 2016-2018 гг.
6. Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2010 – 174 с.

«Вестник»
Университета международного бизнеса
Выпуск №2 (48) / 2018
июль—сентябрь

Формат А4
Бумага глянцевая.
Типография «Kruzhki.kz»
www.kruzhki.kz
instagram: @kruzhki.kz

