

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ

ШЕСТИДЕСЯТ ВОСЬМАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ ГУАП

Часть II

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Сборник докладов

13–17 апреля 2015 г.



Санкт-Петербург
2015

УДК 001
ББК 72
Ш51

Ш51 Шестьдесят восьмая международная студенческая научная конференция ГУАП:
Сб. докл.: В 2 ч. Ч. II. Гуманитарные науки / СПб.: ГУАП., 2015. 290 с.: ил.
ISBN 978-5-8088-1033-4 (Ч. II)
ISBN 978-5-8088-1031-0

Представлены доклады Шестьдесят восьмой международной студенческой научной конференции ГУАП, прошедшей в апреле 2015 г.

Научные работы студентов ГУАП посвящены актуальным проблемам авиационного и аэрокосмического приборостроения, проблемам развития новых информационных технологий, радиотехники, электроники и связи, современным проблемам экономики, философии и права.

Под общей редакцией
доктора юридических наук, профессора
В. М. Боева

Редакционная коллегия:

А. Р. Бестугин, доктор технических наук, доцент,
А. С. Будагов, доктор экономических наук, доцент,
Е. А. Крук, доктор технических наук, профессор,
К. В. Лосев, доктор экономических наук, доцент,
И. А. Павлов, кандидат военных наук, доцент,
Е. Г. Семенова, доктор технических наук, профессор,
М. Б. Сергеев, доктор технических наук, профессор,
В. А. Фетисов, доктор технических наук, профессор,
Н. А. Чернова, кандидат экономических наук,
Л. И. Чубраева, доктор технических наук, профессор,

Ответственный секретарь редакционной коллегии *В. Н. Соколова*

ISBN 978-5-8088-1033-4 (Ч. II)
ISBN 978-5-8088-1031-0

© Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического
приборостроения, 2015

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Философия. Политика. Наука

УДК 140.8

А. Д. Богданова

студент кафедры компьютерной математики и программирования

Л. В. Кудря

научный руководитель

МИРОВОЗЗРЕНИЕ КАК ОСНОВА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ВЗАИМОТНОШЕНИЙ

Человек – крайне странное существо. Над природой его эмоций, чувств, мыслей размышляли самые великие философы человечества. В нашем современном мире, где важную роль играет информация, взаимодействие между людьми очень значимо, ведь чтобы получить главный товар (информация), необходимо наладить контакт с тем человеком, который им обладает. Во всех случаях человеческих взаимоотношений используется именно эта схема.

Но почему-то с некоторыми людьми получается сразу же найти общий язык, а с иными – невозможно вовсе. Мы все одинаковы (в плане физического строения, за исключением некоторых деталей), и живем вроде бы в одном мире. Но ведь то, как воспринимает отдельно взятый человек этот мир, уникально. При исследовании статей и работ различных философов, размышлявших на эту тему, был найден труд Вильгельма Дильтея, в котором он говорит такие слова: «Грежу ли я, играю, рассеиваюсь, охвачен созерцанием или слабым возбуждением – это внутреннее состояние покоя является как бы фоном жизни. В этом состоянии я отношусь к другим людям и вещам как к реальностям, находящимся в причинной связи как со мной, так и между собой» [1, с. 217]. Если вдуматься, то совершенно точно можно понять, что философ говорит о некоем, созданном каждым человеком в собственном подсознании, мире, реальности. Видя мир через эту самую реальность, человек и воспринимает мир. Но самая главная мысль в том, что все эти миры персональные. И ведь действительно, невозможно понять человека полностью просто потому, что для этого необходимо сначала прожить его жизнь, узнать его мысли, посмотреть на мир его глазами, услышать и почувствовать мир так, как это делает он. Ибо мы все живем в единой оболочке мира, некоем шаблоне, а наполняем его уже сами. Почему зеленый цвет, который один человек видит и называет зеленым, не может казаться для другого красным, хотя он тоже будет называть его зеленым. Почему, ощущая запах шоколада, двое не могут воспринимать его по-разному. Ведь мир, который каждый видит и ощущает в своем подсознании, который каждый создает из предложенного природой шаблона, индивидуален. Потому-то людям сложно понимать друг друга, когда они интерпретируют одно и то же яблоко по-разному.

Подобно тому, как формируется отношение человека к жизни, к этому миру, в зависимости от его мировоззрения, его окружения, обстановки, формируется и отношение к людям. Каждый человек – это отдельный мир со своими особыми правилами, которые не всегда поддаются объ-

яснению со стороны. Мировоззрение и есть тот краеугольный камень, тот фундамент, на котором основывается наше отношение друг к другу.

Но ведь люди меняются. Как гласит пословица: «Скажи мне кто твой друг, и я скажу кто ты». Общаясь с другими людьми, мы делаем их частью нашей жизни, их мнение зачастую влияет на наше и наоборот. Со временем происходит некая, выражаясь техническим языком, диффузия. Мы перенимаем друг у друга привычки, интонации, шутки. Мы влияем на мир окружающих, а они влияют на наш.

А ведь для того, чтобы иметь какие-то отношения с человеком, надо хотя бы начать с ним общаться. И тут мы сталкиваемся с понятием «первое мнение». Оно составляется на основе собственного опыта, собственного взгляда на жизнь, собственных ощущений, чувств и чужих мыслей. Кто-то говорит, что оно не всегда верное, кто-то наоборот утверждает, что оно единственно верное. Вы никогда не узнаете, о чем была книга и понравится ли она вам, просто посмотрев на обложку или выслушав чье-то мнение (как было неоднократно сказано – каждый видит по-своему). Необходимо начать читать ее, проникать в ее суть и пытаться понять ее мысль. Так почему же тогда первое мнение о человеке, первый «быстро брошенный» взгляд на книгу должен оказаться единственно верным? В данном случае можно снова сослаться на слова Вильгельма Дильтея: «Научное мышление может проверить свои рассуждения... другое дело – наше знание жизни: оно не может быть проверено и точные формулы здесь неуместны» [1, с. 218]. Проще говоря, если не можем проверить или доказать – значит не верим. Люди склонны ко лжи, к обману, нередко мы обладаем красноречием. Каждый хоть раз в жизни утаил или приукрасил правду. Но слова – это только слова. Они могут быть любыми – лживыми, правдивыми, скрывающими или какими-либо еще. Как и мысли. Мы не можем проверить, что творится в головах наших знакомых, друзей и близких формулами, научно доказанными или вообще как-либо известными миру. Люди зачастую теряют возможность узнать что-то новое, научиться у других чему-либо интересному и полезному из-за таких вот ошибок подсознания и навязанных другими мыслей, мнений.

Но не стоит путать общепринятые нормы и навязанное мнение. В своей статье академик Н. Н. Моисеев обращает наше внимание на это: «Мы только что пережили эпоху, когда считалось, что у людей должно существовать одно единственное и к тому же правильное мировоззрение. На самом деле, у каждого человека оно свое и можно говорить лишь о некоторых его общих универсалиях» [2]. Другими словами, сложно оспорить моральные и нравственные нормы, такие как «не убий» и подобные этой. Они существуют для предотвращения увеличения хаоса в социальной составляющей нашего материального мира. Здесь можно провести аналогию с физикой: есть определенный закон, который не позволяет ядру распасться. Есть сила притяжения, которая не дает нам улететь в открытый космос вместе с разваливающейся атмосферой. Есть законы, по которым на нашу планету не попадают чудовищные потоки радиации, излучаемые Солнцем. Такие универсалии являются необходимостью для дальнейшего существования.

Но естественно на наше видение мира влияют не только окружающие люди. Окружающая среда, в которой мы живем, время имеют огромное влияние на человека, его взгляд на мир, и в особенности на его отношение к людям. На этот счет у Вильгельма Дильтея тоже есть свое мнение: «Климат, расы, нации, созданные историей и тем или другим государственным порядком, обусловленные временем деления на эпохи и века, в которых живут нации, оказывая влияние друг на друга – вот основные условия, влияющие на многообразие мировоззрений» [1, с. 223]. Каждое из изведенных и знакомых нам четырех измерений (длина, ширина, высота + время) влияет на человека. Живем мы в каменном веке или в средневековье, в джунглях или в степи, окружены ли золотом и драгоценностями или глиной – все это влияет на видение мира. Сравнить отношение к женщине в древности и сейчас, отношение к науке в средневековье и в XXI в. Из истории еще не выпал феномен инквизиции, каравшей всех неугодных, в том числе и научных деятелей. Даже этикет и манеры в наше время и пару веков назад, разительно отличаются. В прошлом манеры высшей аристократии, их стиль жизни, который они считали обыденным и правильным, давали им возможность с неким презрением и брезгливостью относиться

к низшим слоям общества. («В прошлом» потому как сейчас, по идее, нет этой самой высшей аристократии – все равны. Но ведь на самом деле – все равны от рождения.) Та среда обитания, в которой они жили с младенчества, сама диктовала им правила, по которым жить правильно, с их точки зрения. Но это ведь не значит что все, к кому плохо относилась аристократия – ничтожества.

То же самое можно сказать и про европейцев, открывших Америку. Жизнь индейских племен казалась им чем-то ужасным и неприемлемым, но ведь она таковой не являлась.

Мир, или даже миры, которые создает человек в своем сознании, абсолютно индивидуальны и неповторимы. Они могут стремиться к этой равносильности, но никогда не достигнут ее, какими бы близкими люди друг другу не были. Возможно, только близнецы и влюбленные подобрались к этому настолько близко. Близнецы одинаково видят мир на генном уровне. У них с рождения существует некоторая связь друг с другом, о которой ученым еще ничего не известно. Что же касается пар: говорят, «у влюбленных одно сердце на двоих», возможно, это близко к истине, если воспринимать сердце как «чувства, эмоции, мысли». Возможно, они как никто другой точнее видят этот мир таким, каким его видит их партнер. Этим пониманием они и сильны.

Библиографический список

1. Дильтей В. и др. Типы мировоззрения и обнаружение их в метафизических системах // Культурология. XX век: Антология / Пер. Г. А. Котляра и С. И. Гессена. – М.: ЮРИСТЪ, 1995 г. – 703 с. – (Лики культуры).
2. Мировоззрение и гуманитарное знание: Курс лекций [Электронный ресурс] // URL: http://philosophy.mit.edu/mirovozzrenie.htm#_Toc130261025 (дата обращения: 13.04.2015).

УДК 82.091

Д. Ю. Генсиоровская

студент кафедры системного анализа и логистики

С. Ю. Коломийцев

канд. филос. наук – научный руководитель

ЦВЕТ В ПОЭЗИИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ И ФИЛОСОФСКИХ ВЗГЛЯДОВ АВТОРА

Задачей работы является знакомство с цветовым методом Макса Люшера, а также изучение философских взглядов М. Ю. Лермонтова.

После анализа цветовой палитры в произведениях Лермонтова с помощью теста М. Люшера было отмечено, что выбор цвета в тот или иной период жизни поэта зависит от его психологического состояния. Главные цвета поэзии Лермонтова – белый, золотой, красный, голубой (по Люшеру: желтый, красный, синий). Они отображают активность, экспансивность, веселость, с одной стороны (желтый), силу воли и агрессивность – с другой (красный), спокойствие и уверенность – с третьей (синий). Все эти порой исключаящие друг друга черты характеризуют Лермонтова как целеустремленного, уверенного, настойчивого человека, легко впадающего в состояние депрессии, если события развиваются не в его пользу. Верное представление о душевном состоянии поэта помогает понять общий смысл творчества, а также проследить творческую судьбу.

Макс Люшер – это один из самых известных психологов и психотерапевтов. В 16 лет он добился специального разрешения на посещение лекций по таким предметам как философия и психология. В университете он много экспериментировал с цветовой палитрой и пришел к выводу, что цветовое тестирование во много раз точнее, чем вербальное. После 1949 г., когда Люшер защитил свой диплом по теме «Цвет как инструмент диагностики», в своем дипломе он разработал всемирно известный цветовой тест, который стал мировым шедевром в области психологии. Вся жизнь Макс Люшер активно принимал участие в развитии психологии, посещал международные конференции, вел богатую содержанием научную жизнь [7].

«Всеми исследователями творчества Лермонтова поэма «Демон» признана самым задушевым произведением поэта, воплощением его заветных чувств и глубоко выстрадавших мыслей» [3, с. 77]. И нет ничего удивительного, что все пишущие о Лермонтове считают необходимым уделить в своих трудах «Демону» хотя бы несколько строк.

Удивительнее другое: очень мало работ, которые описывают философский замысел поэта.

А между тем философская проблематика поэмы необычайно сложна и многообразна. Лермонтов в своей работе «Демон» дал ответ на все те искания в области гносеологии и философии истории, которыми мучилась передовая русская мысль в 30–40-е гг. XIX в.

«В 1829–1834 гг. Лермонтов на материале сюжета «Демона» не создал, да и не мог создать философскую поэму. Работа поэта над первой редакцией «Демона» – это время, когда напряженные идейные искания еще остаются под спудом, атмосфера общественной жизни еще не насыщена ими в столь сильной степени, как во второй половине десятилетия. А воплотить свой задушевный замысел, опираясь исключительно на литературные реминисценции, молодой поэт, очевидно, не захотел» [3, с. 78]. Все эти проблемы препятствовали созданию Лермонтовым в ранние годы романтической поэмы с философской идеей.

Из-за этого философско-мифологический сюжет в первоначальных редакциях «Демона» остается символическим, внешней рамкой ее содержания. Вместо философской поэмы Лермонтов в ранних редакциях «Демона» (1829–1834) создает поэму психологическую, посвященную анализу чувств и поступков героя своего времени. «В завершающих редакциях (1838–1841) «Демон» утрачивает черты обычной для юношеского творчества Лермонтова психологической поэмы о современном герое-индивидуалисте и все в большей степени становится поэмой символично-философской, с многогранной смысловой основой» [3, с. 76].

Психологический портрет Демона с первой редакции 1838 г. и до ее последней в 1841 г. – это живое воплощение диалектики бытия, непрекращающееся противоречие двух противоположных начал. Скрытое беспокойство, непрекращающееся развитие мысли, которое останавливается прерываемыми вспышками страстей, – все эти черты, свойственные лирическому герою Лермонтова, достигли своей кульминации в характере Демона поздних редакций. Но самая важная черта его внутренней жизни – это ее постоянная текучесть. Духовный мир Демона не может быть в состоянии покоя, ибо лермонтовский герой охвачен нескончаемым внутренним и внешним движением, он воплощает в себе принцип движения.

Этот принцип движения появляется с самого начала поэмы:

*Печальный Демон, дух изгнанья –
Летал над грешною землей [2, с. 72–78]*

Чередующаяся смена картин, открывающихся взору лермонтовского героя, создает ощущение бесконечного движения. Душа героя – микрокосм, который отображает законы Вселенной.

Путешествие Демона бесконечно во времени. Чувство времени как форма вечного движения жизни постоянно возникает в поэме. В начале поэмы говорится, что для Демона «вослед за веком век бежал, как за минутою минута». Характерная черта бегущего времени начинает звучать в апогее поэмы, в диалоге между Демоном и Тамарой.

С другой стороны, Демона мучает жажда знания, стремление узнать цель и задачи своего бесконечного движения.

Демона тяготит, что он движется, «не зная назначенья», «без цели и следа». И Лермонтов наделяет его силой мысли, стремящейся осознать смысл и цель вечного движения. Желание Демона познать законы мироздания выделено в поэме крупным планом.

«В поэме Лермонтова существуют два мира: мир Демона – сфера чистого знания, бесплотной абстракции, холодной беспредельности космических пространств и мир Тамары – земной природы, радости, красоты, исполненный живого, чувственного блеска» [3, с. 83]. И трагедия

Демона – в расколотости этих двух миров, мира «чистого разума» и живой, реальной действительности.

В контрасте с первым появлением в поэме Демона, которого читатель впервые встречает в «пространстве синего эфира», первое появление Тамары подготовлено в поэме картинами земной и ошеломляющей своим блеском природы.

Земная жизнь является перед нами во всей своей красоте, во всем многообразии звуков, красок, запахов. И все эти «красы живые» увенчаны в поэме изображением Тамары, вся прелесть которой – это высшее, наиболее утонченное и одухотворенное проявление всей этой живой, дышащей, великолепной природы. Недаром фигура Тамары так органично вписывается в окружающий пейзаж.

*В скале нарублены ступени;
Они от башни угловой
Ведут к реке, по ним мелькая,
Покрыта белою чадрой,
Княжна Тамара молодая
К Арагве ходит за водой.*

Каждая черта ее внешней характеристики перекликается с «портретом» живой, земной природы. «Влажный взор» Тамары тут же приводит на память «ароматную росой всегда увлажненные ночи»; с ее улыбкой «как жизнь, как молодость живой» ассоциируются «красы живые» природы «роскошной Грузии».

Но если в первой части «Демона» облик Тамары воспринимался как прекрасно цветущий мир природы, то здесь эти картины даны с точки зрения самой героини, которая отделилась от безмятежного бытия. На фоне пейзажа в начале второй части «Демона» вновь появляется чело-веческая фигура – «грузинка молодая», идущая «с кувшином длинным за водой». И сразу приходит на память упоминание Лермонтова о том, как «княжна Тамара молодая поутру ходит за водой». Раньше Тамара жила такой же мирной, патриархальной жизнью, как и эта безымянная «грузинка молодая».

О духовном рождении Тамары после первой ее встречи с Демоном поэт сказал с недвусмысленной ясностью: «Душа рвала свои оковы». Однако освобождение Тамары от «оков» бессмыслия и покорного приятия мира осуществляется не сразу. Предпосылки внутреннего освобождения Тамары намечены уже в ее первоначальной характеристике. Недаром даже во время веселой свадебной пляски «тайное сомнение темнило светлые черты» прекрасной девушки, знающей, что ее ждет в семье будущего мужа «судьба печальная рабыни». Это органическое и пока еще неосознанное отвращение к рабству таит в себе возможность духовного бунта, осуществившуюся впоследствии. Вначале пробуждение Тамары к новой жизни – это лишь «мечта»; «ум ее он возмутил мечтой пророческой и странной», – говорится в поэме; «меня терзает дух лукавый неотразимую мечтой», – признается Тамара. Затем эта «мечта» органически перерастает в «думу». Сердце Тамары «полно думою преступной», «Тамара часто у окна сидит в раздумье одиноком». Стихия «раздумья», «боренья дум» окончательно сближает Тамару с Демоном, подготавливает перелом в ее сознании, зарождение в нем «демонического», мыслительного начала.

Но эта мудрость, познание жизни и всех ее противоречий оказываются губительной для утонченной натуры Тамары. Цена за познание мира – гибель гармонии, цельности, естественности. Иного, не тернистого пути познания, по мысли Лермонтова, нет, и не может быть в противоречиво устроенном мире. Или душевная гармония и «покорность незнания», или распадение с природой, разлад с обществом и с самим собой. Только такой ценой можно купить в современном мире способность мыслить.

С Демоном мы знакомимся в тот момент, когда он почувствовал усталость от вечного движения вперед. В своей безграничной усталости он «позавидовал неволью неполной радости

земной» и готов удовлетвориться этой «неполной радостью», а вслед за ней и неполным познанием, неполной свободой.

Все это заставляет Демона во время встречи с Тамарой вспомнить о прошлом.

*И долго сладостной картиной
Он любовался – и мечты
О прежнем счастье, цепью длинной
Как будто за звездой звезда,
Пред ним катились тогда. [2. с. 72–78]*

В поэме «Демон», выразилось глубокое убеждение Лермонтова в невозможности вывести бытие человеческого общества за пределы заколдованного движения по кругу, опираясь лишь на идею личности как движущей силы истории. «Пусть даже это титаническая личность, но, поставив себя над людьми и обществом, пытаюсь уйти от этой «эмпирии» в сферы «идеализма», она сама подрезает себе крылья» [3].

Амбиции бунтаря уживаются в Демоне с божественным равнодушием к людям. Для него важна идея бунта, идея неприятия божественной власти сама по себе, – безотносительно к потребности вписать новые, светлые страницы в ту «повесть тягостных лишений», которой являлась до сих пор история человеческого общества.

Важно отметить, что «всё, всё земное», полнота человеческого существования не означает для поэта отсутствие противоречий и сложностей в этом идеальном мире. Тамару «иное ждет страданье, иных восторгов глубина». Противоречия занимают свое место в жизни идеального человечества, но они отмечены тем бесстрашием чувства и мысли, которое отсутствует в современном обществе, живущем, «ничем не жертвуя ни злобе, ни любви». Но самое существенное в мечтах лермонтовских героев – единство чувства и интеллекта, жизни природы и человеческого разума. Человек владеет тайнами природы, но он не уродует и не губит ее и себя.

Таким образом, при всей внешней простоте и внятности сюжета, изнутри поэма Лермонтова оказывается философской утопией. Образы центральных персонажей наполняются многозначными оттенками, которые поэт принципиально не пытается объяснить своему читателю, создавая такую необычную связку смыслов внутренних переливов, которые составляют прелесть и очарование этой лермонтовской поэмы.

Проанализировав цветовую палитру поэмы, мы должны отметить, что применение цвета в творчестве поэта не всегда соответствует определениям теста Люшера и раскрывает его душевное состояние только в отдельные периоды. В основном, цвет несет свою прямую нагрузку – определение описываемого предмета – и зависит от смыслового настроения произведения, где одним и тем же цветом могут выражаться самые разные эмоции и состояния души.

Следовательно, данное исследование с использованием теста Люшера раскрывает последовательный и цельный характер поэта, который определяет его поведение в зависимости от жизненных условий.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что по-настоящему понять текст можно, только осознав его подтекст, проникнув во внутренний мир поэта.

Библиографический список

1. Люшер М. Цвет вашего характера. М.: Вече, Рипол Классик, 1997. 240 с.
2. Найдич Э. Э. Последняя редакция «Демона» // Русская литература. 1971. № 1. С. 72–78.
3. Пульхритудова Е. «Демон» как философская поэма // Творчество М. Ю. Лермонтова: 150 лет со дня рождения, 1814–1964. М.: Наука, 1964. С. 76–105.
4. Ломинадзе С. Поэтический мир Лермонтова. М.: Современник, 1985. С. 222–225.
5. Опера Рубинштейна «Демон» // belcanto.ru – классическая музыка, опера и балет – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belcanto.ru/demon.html> (дата обращения 31.05.2015).
6. Врубель. Лермонтов. «Демон» – поэзия и живопись // Шедевры русской живописи – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tanais.info/art/vrubelab3.html> (дата обращения 31.05.2015).
7. Биография Макса Люшера // Цветовой тест Люшера – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lushertest.ru/makslusher.htm> (дата обращения 31.05.2015).

УДК 929.355/359-05

А. И. Казаков

студент кафедры технической физики, электромеханики и робототехники

Т. М. Смирнова

д-р ист. наук, проф. – научный руководитель

АЗЕРБАЙДЖАНЦЫ НА ЗАЩИТЕ ЛЕНИНГРАДА В ВЕЛИКУЮ ОТЕЧЕСТВЕННУЮ ВОЙНУ

Азербайджанская Советская Социалистическая Республика вступила в Великую Отечественную войну вместе со всем Советским Союзом 22 июня 1941 г. В Великой Отечественной войне с оружием в руках до последнего сражался каждый пятый житель Азербайджана. Азербайджанский народ, равно как и все народы СССР, единодушно поднялся на защиту своей Родины, рассматривая Великую Отечественную войну против немецко-фашистских захватчиков как общее дело трудящихся всех национальностей.

Немало выходцев из Азербайджана было в рядах тех героев, кто ценою своей жизни защитил Ленинград от фашистских захватчиков. На Пискаревском мемориальном кладбище установлена памятная доска, на которой написано: *«Священная память о сыновьях и дочерях азербайджанского народа, защитниках блокадного Ленинграда, будет жить вечно в сердцах поколений»* [1].

Первым среди азербайджанцев звания Героя Советского Союза удостоился помощник командира взвода 42-го стрелкового полка старший сержант *Исрафиль Мамедов*. Возглавляемая им группа бойцов 3 декабря 1941 г., приняв бой у с. Пустынька под Новгородом, отбила четыре атаки превосходящих сил противника, вступила в рукопашный бой и удержала позицию. Звание присвоено 11 декабря 1941 г.

Среди защитников Ленинграда было несколько смелых летчиков-азербайджанцев, расскажу о них.

Гусейнбала Алиев в боях под Ленинградом в одном вылете сбил два самолета противника, второй – уже будучи смертельно раненным. Г. Алиев родился 25 ноября 1918 г. в селе Пиршаги под Баку. Окончил школу ФЗУ (фабрично-заводского ученичества) «Красный кузнец». Мечтал о небе и занимался в Бакинском аэроклубе, а в конце 1940 г. окончил Ейское училище военноморской авиации. Молодой лейтенант служил в 5-м истребительном авиационном полку ВВС Балтийского флота младшим летчиком, где его и застала война. Полк Г. Алиева защищал Ленинград от налетов противника. Гусейнбала Алиев уже в первые дни войны сбил над Ленинградом четыре самолета противника. 18 июля 1941 г. в воздушном бою сражался с тремя «Юнкерсами» и один из них сбил, был ранен, но продолжил бой и сбил второй самолет. Г. Алиеву удалось приземлиться, но почти сразу он скончался прямо в кабине самолета от полученных в бою более 30 осколочных ранений. Всего лейтенант Г. Алиев выполнил 49 боевых вылетов [2].

Писатель Г. И. Мирошниченко писал в книге «Ветер Балтики» (М., 1972): «Мне рассказали о подвиге летчика-истребителя Гусейна-Бала-оглы Алиева из бригады Ивана Романенко. В своем первом воздушном бою у озера Самро, прикрывая наших бомбардировщиков, он сбил три истребителя противника. После воздушного боя летчик привел изрешеченную осколками снарядов машину и посадил ее на аэродроме. Люди бросились к самолету. В кабине они увидели смертельно раненного летчика. Он успел еще сказать своим товарищам: «Долетел... дома... Гусейн-Бала-оглы Алиев... выполнил свой долг... перед Родиной...» [3].

Лейтенант Алиев похоронен в братской могиле у деревни Низино вместе с семью другими летчиками. Указом Президиума Верховного Совета СССР от 16 сентября 1941 г. Г. Алиев посмертно награжден орденом Ленина. Жива память о героическом летчике: именем Гусейнбалы Алиева названа одна из улиц в Баку, о нем снят документальный фильм «Полет кавказского орла» [4].

Гусейн Багиров родился в 1917 г. в с. Маштага под Баку. Как многие сверстники, стремился в небо, окончил Бакинский аэроклуб и в 1938 г. был отобран комиссией для обучения в Ейском военно-морском авиационном училище. В конце 1940 г. начал службу командиром летного экипажа в 71-ом истребительном авиаполку ВВС Балтийского флота. С началом войны прикрывал Кронштадтскую военно-морскую базу, на самолетах И-153, вооруженных авиабомбами, наносил штурмовые удары по противнику на побережье. 7 октября 1941 г. возглавляемое Г. Багировым звено истребителей И-16 нанесло успешный штурмовой удар по колонне противника в районе Низино–Знаменка. 6 ноября 1941 г. самолет Багирова был подбит зенитным огнем, но пилот сумел привести и посадить самолет без шасси на свой аэродром. Летное мастерство Г. Багирова позволяло ему выполнять сложнейшие задания командования: в январе 1942 г. он успешно провел аэрофотосъемку военных объектов и шоссежных дорог районов Нарва, Ропша, Красногвардейск, в апреле произвел аэрофотосъемку и доставил ценные разведданные с острова Гогланд, 1 мая 1942 г. под плотным зенитным огнем противника произвел фотосъемку железной дороги на участке Новый Петергоф–Стрельна.

Полк, где служил Г. Багиров, за мужество и героизм, проявленные в боях с врагом, 18 января 1942 г. был преобразован в 4-й гвардейский истребительный авиационный полк. А сам гвардии лейтенант Гусейн Багиров 14 августа 1942 г. был награжден орденом Боевого Красного Знамени. На этот момент на счету пилота было уже 292 боевых вылета, 17 успешных штурмовок и 15 воздушных боев. Г. Багиров погиб смертью храбрых летом 1944 г. в воздушном бою над Советской Прибалтикой и был посмертно награжден орденом Отечественной войны I степени [5].

Гулиев Юсиф Гусейн оглы, военный летчик, летом 1941 г. один вступил в бой с четырьмя вражескими самолетами, совершавшими налет на Ленинград, два из них уничтожил, а два других обратил в бегство.

Самедовы Али и Асаф, братья, военные летчики. Али, уничтоживший несколько вражеских самолетов, в 1942 г. погиб в воздушном бою над Ленинградом. Асаф, командир экипажа гвардейского бомбардировщика, за короткий срок уничтожил более 10 наземных объектов противника [6].

Ленинград защищали военнослужащие разных родов войск. *Исмаилов Ибрагим паша оглу* родился 6 января 1923 г. в с. Кехне, Хачмазского района Азербайджана. Военную службу начал в феврале 1942 г. в 174-м стрелковом полку 15-й дивизии внутренних войск НКВД в Москве, где окончил школу снайперов и был направлен на Волховский фронт. На личном счету снайпера Ибрагима Исмаилова 25 уничтоженных солдат и офицеров противника. И. Исмаилов встретил Победу в звании старшего лейтенанта, был награжден медалями «За Отвагу» и «За оборону Ленинграда» и орденом Отечественной войны II степени [7].

Афрасияб Пашаевич Векилов, 1920 г. р., на «отлично» окончил среднюю школу и поступил на математический факультет Азербайджанского университета в Баку, но уже декабре 1939 г. новоиспеченный студент-первокурсник был призван в армию в связи с начавшейся войной с Финляндией. А. Векилов стал морским пехотинцем, служил на о. Котлин в Финском заливе. Рота Векилова на лыжах была направлена по льду Финского залива на штурм финского о-ва Лавансаари, а после его взятия осталась на острове в качестве гарнизона. После подписания мирного договора с Финляндией 13 марта 1940 г. морские пехотинцы перебазировались на другой берег Финского залива – в г. Койвисто (Приморск), а летом того же года – в латвийский город Вентспилс. Здесь их застало известие о начале Великой Отечественной войны. Группе военнослужащих, в которой был и А. Векилов, пришлось отступить в Нарву, потом в Ленинград, откуда их направили в Кронштадт. В декабре 1942 г. краснофлотец А. Векилов был награжден медалью «За оборону Ленинграда». Летом 1944 г. десант морской пехоты захватил военно-морскую базу финнов – то самый Койвисто, в котором А. Векилов уже служил четыре года назад. Известие о Победе старшина 1-й статьи, кавалер ордена Отечественной войны II степени и нескольких медалей А. Векилов встретил уже в Кронштадте. После войны поступил на восточный факультет Ленинградского государственного университета, стал ученым-востоковедом, заслуженным работником высшей школы Азербайджанской Республики и Российской Федерации [8].

В этом году мы отмечаем уже 70-летие Победы советского народа в Великой Отечественной войне. Для каждого мыслящего человека, для тех, кому небезразлична судьба нашей страны, День Победы – это не просто праздник, но и событие, заставляющее вспомнить прошлое, оценить настоящее, подумать о будущем. Творцом Победы в этой войне был многонациональный советский народ. Именно народ, принеся колоссальные жертвы, сокрушил агрессоров. Среди них были и азербайджанцы, которые ценой своей жизни защищали Ленинград в тысячах километров от дома. Не стоит забывать этот героический вклад в нашу историю.

Библиографический список

1. «Национально-культурное объединения друзей азербайджанцев «НАХЧЫВАН», <http://spb-pakhchivan.ru/node/563>
2. Вторая мировая война, <http://ww2.kulichki.net/azi.htm>
3. Википедия – свободная энциклопедия, https://ru.wikipedia.org/wiki/Алиев,_Гусейнбала_Балаали_оглы
4. Новости Азербайджанской Диаспоры, <http://diasporinfo.com/?p=3460>
5. Военно-исторический сайт «САВАШ» летчики, <http://www.savash-az.com/FLIGERS.htm>
6. Авиационная энциклопедия «Уголок неба», http://www.airwar.ru/history/av2www/soviet/azer/az_rkka.html
7. Военно-исторический сайт «САВАШ» бойцы и командиры, <http://azad7720.narod.ru/INF2.htm>
8. Артемьев А. М., Кесаманлы Ф. П. Петербургские азербайджанцы – заслуженные деятели России. СПб., 2008. С. 14–32.

УДК 1.168

А. С. Кириллова, А. С. Пантелева

студенты кафедры инноватики и управления качеством

М. Л. Бурова

канд. филос. наук, доц. – научный руководитель

МИШЕЛЬ ФУКО «РОЖДЕНИЕ КЛИНИКИ: АРХЕОЛОГИЯ ВРАЧЕБНОГО ВЗГЛЯДА»

Мишель Поль Фуко – французский философ, теоретик культуры и историк. Крупная работа Фуко – «Рождение клиники: Археология врачебного взгляда» (1963), в которой прослеживалось появление клинической медицины в период Великой французской революции. Появление клиник коренным образом меняет подход врача к объекту лечения. Меняется вопрос, задаваемый врачом больному от «Что с Вами?» до «Где у Вас болит?» [1, С. 20]. В замене «медицины у постели» «госпитальной медициной» можно усмотреть не только появление лабораторной, научной медицины, но и кризис гуманистического отношения к больному [2, С. 127].

Фуко связывает понятие «клиники» с категориями взгляда, пространства, языка и смерти. Это, на наш взгляд, позволяет проследить развитие медицинского знания от эмпирического к метафизическому, а также становление механистического подхода врачей к больным.

Обратимся к первой категории – «взгляда». Взгляд – это метод естественнонаучного исследования болезни на эмпирическом уровне познания. «Троица зрение-осознание-слух определяют перцептивную конфигурацию, где непостижимая болезнь облекается метками, вымеряется в глубину, извлекается на поверхность и виртуально проецируется на органы, извлеченные из трупа. «Взгляд» становится сложной организацией, имеющей целью пространственное распределение невидимого..» [3, С. 201]. Мы видим здесь сочетание измерения, анализа и моделирования, направленное на познание неизвестного, но и в самом взгляде происходит движение от внешнего к внутреннему и обратно.

Как отмечает Чувашов Л. А., болезнь с самого начала представляет собой умозрительную структуру, которую мы обнаруживаем опосредовано через наблюдение за больным телом. Подобные положения характеризует подход естественнонаучной медицины, в противоположность схоластической медицины.

Проблема взгляда заключается в эмпирическом исследовании самого феномена болезни. Взгляд подразумевает непосредственное исследование больного посредством органов чувств (или инструментов связанных с органами чувств), а не спекулирование схоластическими терминами [4].

Не менее важна у Фуко категория пространства. Как пишет Чувашов Л. А., суть проблемы пространства заключается в нахождении места болезни относительно тела и социума. Определяя место болезни, мы определяем ее сущность. В традиционной медицине до 17 столетия, болезнь представляла собой материальную сущность, инородную к телу больного. В этом отношении строятся две линии исследования традиционной медицины определяемых М. Фуко как пространственной таблицы болезней. Автор усматривает в фразе М. Фуко, что «совпадение «тела» болезни и тела больного человека, без сомнения историческая и проходящая данность» [3, С. 18] «начало естественнонаучного подхода к медицине, который обретает силу только с начала XVIII в. Болезнь и здоровье имеют одну природу, заключающуюся в функционировании физического тела» [4].

Но такой подход к телу человека оказывается узким, механистическим. Вспомним Р. Декарта, который еще в XVII в. утверждал, что: «...тело живого человека так же отличается от тела мертвого, как отличаются часы или иной автомат (т.е. машина, которая движется сама собой), когда они собраны и когда в них есть материальное условие тех движений, для которых они предназначены, со всем необходимым для их действия, от тех же часов или той же машины, когда они сломаны и когда условие их движения отсутствует» [5, С. 254]. Медицина, полагал философ, могла бы дать очень много обоснованных указаний как для лечения болезней и их предупреждения, так и для замедления процессов старения, если бы мы в достаточной мере занимались изучением природы нашего тела, и если бы функции, связанные исключительно с телом и строением его органов, не относились нами к душе [5, С. 212]. В рамках понимания гуманитарной медицины такой подход предполагает рассмотрение организма как биомашины, а болезни как поломки [6, С. 130]. Тогда и клиника может рассматриваться как своего рода ремонтная мастерская, общественная или частная.

Пространство это и территория протекания болезни, географическая, политическая, муниципальная, которую нужно контролировать, знанием о событиях в ней нужно делиться. И это тоже взгляд на болезнь, но не отдельного врача, а группы, организации, общества. «Это не круг знания, в котором он завершен, но открытое, бесконечное, подвижное, без конца перемещающееся и обогащающееся временем обобщение, в котором он начинает свой путь без возможности когда-либо остановиться, уже, например, в чем-то вроде клинической регистрации бесконечной и изменчивой серии событий» [1, С. 60]. Медицинское знание приобретает социально значимый, прикладной характер, тем самым зарождается медицинская политика. Как отмечает Олескин А. В., можно говорить о политических мерах по воздействию на биологическое начало в человеке, доминировании над больным в общественных целях, что соответствует патерналистскому подходу [7, С. 115].

Вопрос языка представляется у М. Фуко центральным в его концепции. Основным элементом медицинского языка является понятие симптома, который Фуко определяет как: «*первичный неделимый слой обозначающего и обозначаемого*» [3, С.116]. «Симптом является болезнью в манифестном состоянии» и становится знаком под внимательным взглядом [1, С.146–147], он может быть описан, узан и интерпретирован. Сама классификация может быть как эзотерической, так и эстетической. Здесь уже происходит выход к теоретическому уровню, языку описания, номенклатуре, формулированию принципов.

Знаки смерти и болезни хаотически смешиваются в мертвом теле, но семантически они различны. Знак отсылает к будущему болезни, а феномен смерти говорит о завершении процесса [1, С. 217]. Смерть, болезнь и жизнь оказываются связанными особым образом. Но «смерть – это также то, против чего жизнь в своем ежедневном действии борется; в ней живое естественным образом разрешается, и болезнь теряет свой старый статус случайности, чтобы войти во внутреннее измерение, постоянное и подвижное, отношения жизни и смерти. Человек умирает

не потому, что заболевает, а заболевает именно потому, что может умереть. И под хронологической связкой жизнь–болезнь–смерть проведено другое отношение, внутреннее и более глубинное, то, что связывает жизнь и смерть, чтобы в избытке освободить знаки болезни [1, С. 234–235]. Эта диалектическая связка свидетельствует о восхождении медицинского знания на иной уровень. Это уже уровень метафизический, позволяющий поставить вопрос о сущности жизни, смерти и болезни не схоластически, как вечной внешней силы, но и не эмпирически, как событий, связанных с отдельным пациентом. Выделение смерти как отдельной категории позволяет исследовать и оценивать ее рационально.

Библиографический список

1. Фуко М. Рождение клиники. М.: Изд-во «Смысл», 1998. 310 с.
2. Доманова С. А. Концепт гуманитарной медицины как фундаментальная антропологическая константа. // Философские науки, 2014, № 11. С. 124–129.
3. Фуко М.П. Рождение клиники: Археология врачебного взгляда. М.: Академический проект, 2010. 252 с.
4. Чувашов Л. А. «Рождение клиники» М. Фуко: опыт концептуального прочтения / Международный научно-исследовательский журнал, 2012, август, выпуск Философские науки. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://research-journal.org/featured/philosophy/rozhdenie-kliniki-m-fuko-opyt-koncept/> (дата обращения 31.05.2015).
5. Декарт Р. Страсти души / Калининград: ОАО «Янтар.сказ», 2005. С. 254
6. Моисеев В. И. Об интегральном характере феномена патоса // Философские науки, 2014, № 11. С. 130–138.
7. Олескин А. В. Гуманитарная медицина и гуманитарная биология // Философские науки, 2014, № 12. С. 111–118.

УДК 330.16; 316.6

Е. А. Кучина

студент кафедры истории и философии

С. В. Орлов

д-р филос. наук, проф. – научный руководитель

АНАЛИЗ КНИГИ ЭРИХА ФРОММА «ИМЕТЬ ИЛИ БЫТЬ»

Big brother is watching you

(с) Дж. Оруэлл «1984»

Работа философа Эриха Зелигмана Фромма «Иметь или быть» была написана в 1976 г. Ей предшествовали: ужасающая II Мировая война, Карибский кризис и в целом Холодная война, экономическое чудо в Японии, ФРГ, Италии, Франции и еще ряде стран, колониальные войны и войны за независимость, культурная революция в Китае, обнаружение кварков (мельчайших частиц имеющих размер $5 \cdot 10^{-18}$ м, что примерно в 20 тыс. раз меньше размера протона), первый полет человека в космос и первый выход в открытый космос. Мир населили материалисты-капиталисты, началась промышленная эра, названная Фроммом «Большой прогресс». Люди увлеклись погоней за неограниченным производством и неограниченным же потреблением. В этой своей работе Фромм пытается решить вопрос: «Что же нужно этому новому человечеству? Что оно хочет – «иметь или быть»?»

В нашей статье не слишком часто упоминается термин «общество», ведь, прежде всего Фромму как психологу и психоаналитику интересен человек как личность, а не как безликая частица огромного скопления людей.

Обещание «Большого прогресса» дало людям ложное ощущение господства. Господства над всем: природой, техникой, умом, собственной личностью и сознанием. Человек почувствовал, что стал «свободным». «Предполагали, что богатство и комфорт в итоге принесут всем безграничное счастье. Возникла новая религия – Прогресс, ядро которого составило триединство неограниченного производства, абсолютной свободы и безбрежного счастья. Новый Земной Град

Прогресса должен был заменить Божий Град. Эта новая религия вселила в ее приверженцев надежду, дала им энергию и жизненную силу» [1, с. 192].

Однако стал ли человек действительно таковым [свободным]? – вот какой вопрос ставит Эрих Фромм в своей книге «Иметь или быть». Нет, однозначно человек не стал свободным, он стал еще более зависим: экономически, технически, психологически, физиологически, в конце концов. Он начал бесконечную погоню за «статусом и состоятельностью», он захотел стать сверхчеловеком, как и обещал ему «Большой прогресс», но – не стал. И не понимая почему, он начал выносить свою агрессию в окружающий мир, вместо того, чтобы задуматься. Выращенные поколениями гедонистов, среди которых существовали лишь единицы аскетов, люди привыкли лишь брать и требовать от мира «все», не отдавая ему ничего кроме отходов своей жизнедеятельности и разрушений. И вместе с тем, человек – заложник мечты о счастье. Почти что как у братьев Стругацких в романе «Пикник на обочине»: «Счастье для всех даром, и пусть никто не уйдет обиженный!». Но, вместе с тем, человек общества «Большого прогресса» – законченный эгоист. Счастья он хочет лишь для себя, а любой, кто скажет, что имеет право на точно такое же положение «счастливого» – автоматически «враг» и «вор».

Человек стал рабом бесконечного конвейера развлечений, наслаждений и пороков, и вместе с тем он впряг себя в ярмо будничной рутины – жена/муж-дети-работа-дом-сон. Фромм скептически относится к такому образу жизни и говорит, что гедонизм, да и идущие с ним об руку эгоизм и алчность, в радикальных своих формах никому и никогда еще не приносили счастья, а неизбежно вырастали в классовое неравенство и войну «за место под солнцем». «Эгоист никогда не может быть удовлетворенным, так как его желания бесконечны; он должен завидовать тем, кто имеет большее, и бояться тех, кто имеет меньшее» [1, с. 196], говорит Эрих Фромм.

«Большой прогресс» он практически как «Большой Брат», неслучайно упомянутый в самом начале статьи цитатой из романа Джорджа Оруэлла «1984». Прежде всего, он [прогресс] – это система и человек в нем – один из винтиков, жизнь которого ничего не стоит. Это ясно показали и II Мировая и Карибский кризис. Человек работает на благо системы, которая перестала задаваться вопросом: «А что есть благо для человека?». Он начал внимать тому, что внушает ему «прогресс» и стал слепым орудием. Он ненавидит природу, хотя является лишь ее капризом, и жадно исчерпывает ее ресурсы, даже не задумываясь, что этим он копает самому себе большую яму. Он презирает все, что не является продуктом машинного производства, а также всех, кто не занимается производством этих машин, в связи, с чем его охватывает жажда все большего разрушения. Фромм, однако, упоминает, что в этом плане исключения составляют лишь для общества Японии и Китая, где после II Мировой войны произошло техническое и культурное «чудо» соответственно.

Конечно же, прежде чем сделать такие выводы Эрих Фромм, как и любой аналитик, рассмотрел то, что предшествовало формированию именно такой установки на развитие (а скорее даже наоборот, деградацию) человека. И как самую важную он рассмотрел экономическую сторону предпосылок.

Если кратко обобщить его довольно обширные выводы, то получится вот такая картина:

1. Все работы, так или иначе посвященные экономической необходимости человека, являются слишком обобщенными и не имеют под собой конкретной доказательной базы;
2. Человек постепенно утрачивает связь с главенствующим инстинктом природы, из которой он произошел, а именно – инстинктом самосохранения, и происходит это по трем причинам:
 - а) из-за превалирования эгоистического желания личной выгоды над общественным долгом;
 - б) из-за того, что бесконечные встречи глав государств на конференциях/саммитах и т. п. постепенно усыпляют бдительность человека, он перекладывает всю ответственность на власть имущих;
 - в) из-за того, что человек предпочитает проживать каждый день как последний в ожидании катастрофы, нежели предложить изменения, чтобы избежать катастрофы;

3. Человек, как хамелеон, предпочел мгновенно мимикрировать в среду нового капиталистического общества и успокоиться мнением, что капитализм – лучше, чем социализм, коммунизм, и уж тем более лучше, чем фашизм, даже не подумав поискать альтернативу каждому из этих режимов.

Как-то Бернард Шоу пошутил о том, что каждый человек имеет свою цену. Английская королева, желая подловить его, тут же спросила: «Какова же моя цена?» Комик не растерялся и ответил, не задумываясь: «10 шиллингов». Королева возмутилась: «Что же так мало?» на что Шоу, смеясь, ответил: «А что, мадам уже торгуется?»

Я неслучайно привела этот анекдот. В самом начале первой части своей книги Фромм, рассуждая об основополагающих терминах «обладание» и «бытие», пишет: «Выбор между обладанием и бытием противоречит здравому смыслу. *Обладание* представляется естественной жизненной функцией: чтобы жить, мы должны обладать различными вещами... И может ли вообще возникнуть такая альтернатива в обществе, высшая цель которого – иметь, и иметь как можно больше, и в котором о человеке можно сказать так: “Он стоит миллион долларов”?» [1, с. 202]. Эта фраза наглядно показывает до чего «развился» человек, если он может быть оценен денежным эквивалентом. И так не только с человеком: мир и война, дом и лес, человек и животное – все стало иметь свою цену. Нет, конечно же, это порок не только индустриального общества. С тех пор, как человек изобрел деньги – он постоянно жаждет заполучить их все больше и больше. Самое большое прегрешение индустриального общества в том, что деньги, которые должны быть лишь средством, инструментом для покупки самого необходимого, стали важнее, чем человек. Кстати, сейчас, в эпоху так называемого постиндустриального общества, деньги стали всем: в них оцениваются образование, знания, воспитание, опыт, жизнь, даже любовь.

Фромм проводит четкую грань между «бытием» и «обладанием», сравнивая два произведения поэтов об увиденном цветке: хокку японца Басе и стихотворение англичанина Альфреда Теннисона [1, с. 203 – 206]. И если первый хочет лишь созерцать растение, пытаться проникнуть в его природу, не разрушая, то второй сначала срывает стебель, рассматривает его со всех сторон, отрывая лепестки, и лишь затем он принимается рассуждать о его природе. На таком, казалось бы, странном сравнении Фромм прекрасно показывает, что стало с человеком: из стадии «бытие», т.е. познание без разрушения, желание, как выразились бы сейчас многие студенты, «докопаться до первоисточника», человек перешел в стадию «обладание»: первоисточник неважен, важен лишь результат, и то как и на сколько этот результат будет оценен.

Далее основной упор делается на вещи, которые скорее бы уместно было обсуждать филологам, нежели психологам, но, как мы знаем, слово – это тот ценный материал, которым не должен брезговать пользоваться любой ученый. Фромм, как бы подчиняя слово себе и рассматривая его со всех сторон, говорит о том, что человек изменил даже саму суть слова. Если раньше, говоря «обладание/бытие», человек подразумевал глаголы «иметь/быть», то сейчас оба их значения стали одним, а именно «обладание/бытие» как существование человека в огромном мире. Все заменилось одной простой фразой: «Я хочу иметь как можно больше». Человек не задумывается даже, а зачем именно он хочет это все иметь в своей жизни, своем доме или видеть это каждый день, например, на себе, если речь идет об одежде или аксессуарах. Фромм приходит к выводам о том, что:

1. Иметь/быть – это не какие-то отдельные качества субъекта, а два совершенно разных, но основных способа существования человека, его ориентации в мире. Если одна из этих категорий становится преобладающей – то именно она определяет все слова, поступки и мысли индивида;

2. Определяющей доктриной в жизни стало «обладание», сквозь призму которого человек стремится все, всех и каждого и, в том числе, себя, превратить в собственность;

3. Появились две трактовки бытия:

а) бытие как жизнелюбие и подлинная причастность к миру,

б) бытие как отражение истинной природы личности.

Разумеется, эти две трактовки – не единственные. Существует множество различных философских концепций, определяющих бытие. Анализируя их, Фромм доходит до мысли о том, что, представляя бытие неизменной константой, философы (к ним относятся, например, Платон, Парменид и схоласты «реалисты») совершенно не оставляли места для развития индивида, а между тем процесс, деятельность и движение – вот что определяет человека в сфере бытия. Жизнь – есть процесс, именно из этого утверждения развивается современная научная мысль, а между тем это утверждение высказывали еще Гераклит и Гегель, чья философия, кстати, очень интересно переплеталась с учением Будды.

Вступая в процесс жизни, человек стремится к изменению окружающих его вещей, к обладанию ими, к их потреблению. Это нормально для индивида. С самых древних времен человек стремится потребить как можно больше вещей из тех, что ему доступны. Если вспомнить, например, тотемизм, присущий первобытным обществам, где человек, убивая и поедая животное, справедливо считал, что таким образом к нему перейдут все качества, которыми обладало убитое существо, то становится понятно, что культура потребления взращивалась в обществе веками, постепенно набирая темп. Индустриальное общество, которое анализировал Фромм, дало человеку такие возможности для потребления, о которых он раньше и мечтать не мог. Но между тем стоит справедливо отметить, что если бы не существовало ограничителей и запретов, бесконечное потребление давно бы превратило личность человека в не самую приятную для глаз картину.

Вмещая в себя все, что только можно потребить, человек, однако, неустанно искал, как обойти все ограничения, созданные для него природой. И он нашел способ: если нельзя инкорпорировать вещь физически (именно так Фромм называет потребление) – нужно просто сделать из нее доступный образ, символ, который легко примерить на себя и верить, что никто его не отберет. Потребление стало новым «золотым тельцем», важнейшей формой обладания, превратило человека в формулу: я есть то, чем я обладаю и что я потребляю.

Однако не стоит забывать, обладание и бытие – это две совершенно различные вещи и глупо сводить их воедино. Рассматривая жизнь личности с точки зрения восьми определяющих ее поведение составляющих (обучение, память, беседа, чтение, власть, обладание знанием и знание, вера, любовь), Фромм проводит четкую границу между бытием и потреблением. Я рассмотрю одну из этих восьми составляющих, желающие же подробного разбора могут обратиться к книге. Поскольку я являюсь студентом вуза, то для меня особый интерес представляет обучение, а именно конфликт между обладанием знанием и самим знанием. Фромм правильно замечает, что обладание знанием – это не больше, чем дотошное конспектирование лекций и последующая зубрежка к экзамену, но как только пройдет экзамен – все знания исчезнут из головы. Не возникает отклика между профессором и студентом, а, следовательно, не появляется и связи между материалом лекции и мышлением человека. И совершенно наоборот происходит, когда студенту интересно находиться («быть») в круговороте проблематики лекции. У него возникают собственные вопросы, мысли и проблемы, соответственно возникает, уже упоминаемая немного выше, связь материала и мышления. Появляется собственная точка зрения на происходящее, полученные знания применяются в повседневной жизни. Точно также дело обстоит и с остальными семью составляющими.

Общество времен Фромма зиждется на трех столпах: частная собственность, прибыль, власть. Приобретение, владение, прибыль – вот основные права людей в индустриальном обществе.

Это – новые критерии существования личности, если угодно, нормы, которые она должна выполнять, чтобы вписаться в общество, приобрести так называемый «социальный характер». Любой человек, даже самый бедный, хоть чем-нибудь да обладает, такова аксиома нового общества. Круг обладания – нечто вроде колеса Сансары или Уробороса. Эксплуатации и пользованию подвергается буквально все: убеждения, привычки, имена. Нет живой связи между индивидом и тем, чем он владеет. Смысл и принцип счастья бытия – самопожертвования, любви, заботы о ближнем, заменили власть и превосходство над другими.

Обладание окутало разум, обещая бессмертие в будущем. Ведь так легко поверить, что если у тебя есть имя и какое-то количество «престижных» вещей – ты не умрешь никогда. Анализируя учение Зигмунда Фрейда, Фромм пришел к выводу, что давление обладания особенно ярко проявляется в период полового созревания. Юноши и девушки теряют головы от гормонов и заменяют понятие «любовь» понятием «обладаю кем-то».

Станет ли человек будущего просто потребителем всего, до чего только можно дотянуться, имея власть, деньги и вес в обществе? Превратился ли он окончательно из созидателя в разрушителя, из творца – в демона? На этот вопрос предстоит ответить уже современному информационному обществу. «Если западный мир не хочет исчезнуть навсегда из жизни, – считал Эрих Фромм, – необходимо *на чисто экономической основе* создать новую этику, новое отношение к природе, человеческую солидарность и сотрудничество между людьми» [1, с. 373].

Библиографический список

1. Фромм Э. Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или Быть?; Пер. с англ. Киев: Ника-Центр, 1998. 400 с.

УДК 008.2+001.18

К. В. Мальцев

студент кафедры вычислительных систем и сетей

Л. В. Кудря

научный руководитель

МИРОВОЙ ТРАНСГУМАНИЗМ. АБОЛИЦИОНИЗМ (БИОЭТИКА). ЛИБЕРТАРИАНСКИЙ ТРАНСГУМАНИЗМ. ВВЕДЕНИЕ В ИММОРТАЛИЗМ

*Из атомов мы будем собирать все –
от лекарств до космического лифта
Эрик Дрекслер [5]*

Трансгуманизм (от лат. *trans* – сквозь, через, за; *homo* – человек) – философская концепция, заключающая в себе идеи развития технологий и их использования для улучшения жизни человека.

В современном понимании данный термин встречается в начале XX в. в работе биолога-эволюциониста Джулиана Хаксли «Религия без Апокалипсиса». Также неоднократно упоминается русскими космистами.

50-е и 60-е гг. XX в. дают начало новому витку в истории трансгуманизма, когда Джулиан Хаксли вновь обращается к этой теме в 1957 г. (этот год принято считать датой официального «рождения» термина «трансгуманизм»), а уже в 1962 г. и 1966 г. выходят работы Роберта Эттингера/Эвана Купера и ФМ-2030 (Ферейдун М. Эсфендиари) о крионике (технологии глубокой заморозки) и постчеловеке/постчеловеческом образе жизни соответственно. Эти идеи, тем не менее, хотя и были объектно-ориентированны, не получили поддержки со стороны большинства.

Одновременно выдвигаются концепции Алана Тьюринга и Джона фон Неймана «Мыслящие машины», Элвина Тофлера о футурошоке, а также Ричарда Феймана и Эрика Дрекслера о нанотехнологиях. Впоследствии эти идеи легли в основу концепции о технологической сингулярности (таком уровне и скорости развития прогресса, что их невозможно контролировать). Само определение технологической сингулярности принадлежит Реймонду Курцвейлу.

В период с 1980 по 2000 гг. трансгуманизм изменяется – в США формируются первые трансгуманистические объединения: появляются некоммерческие организации и институты по исследованиям в данной области. Наиболее известными из них являются: «World Transhumanist Association» (с 2008 – «Humanity+») – организация, финансирующая исследования в области расширения возможностей человека; самая крупная организация трансгуманистов на сегодняшний день, насчитывающая свыше 5000 членов на конец 2007 г.; «Machine Intelligence Research Institute» (MIRI) – организация по созданию и изучению Искусственного Интеллекта (ИИ); «Foresight Institute» – исследовательский институт, который финансирует продвижение новых технологий, в основном нанотехнологий и операций на нано-уровне.

В данный момент трансгуманизм активно интегрируется в политическую систему: формируются партии по всему миру; уже в 2016 г. в США должны состояться первые выборы с участием трансгуманистической партии [9].

«Первый человек, который проживет 1000 лет, вероятно уже родился, и ему может быть 50–60 лет», – считает Обри Де Грей [4]. Основная цель, объединяющая все течения трансгуманистов [8] – развитие технологий для их последующего использования человеком. При этом само понимание использования может варьироваться от гаджета/устройства, до модификации, непосредственно изменяющей/улучшающей человека на физическом уровне. Аналогично разнятся и трактовки понятия «постчеловек». В общем виде данный термин может быть сформулирован следующим образом: Постчеловек – это человек, перешедший на новую ступень эволюционного развития при помощи технологий. На самом применении технологий остановимся подробнее.

Например, сторонники аболиционизма (биоэтики) [6] в трансгуманизме полагают, что разработанные и разрабатываемые технологии должны использоваться в первую очередь для защиты и избавления постчеловека от боли и страданий в любых видах и формах. В тоже время сторонники либертарианского трансгуманизма [7] выступают не столько за защиту постчеловека от негативных факторов жизни, сколько за его право свободно модифицировать и улучшать себя, не будучи стесненным рамками государства и общества.

Довольно резко подходят к данному вопросу имморталисты. По их мнению – человек несовершенен как биологический вид и должен быть модифицирован [1], утратив человеческий облик и все присущие человеку аспекты жизни (эмоции, потребности и слабости), став таким образом совершенным и бессмертным. Наиболее радикально настроенные (их среди имморталистов большинство) считают, что любой человек, вне зависимости от его обстоятельств, должен подвергнуться полной модификации для улучшения и перехода к постчеловеку. Подобные взгляды имеют много противников как в самом трансгуманизме и иммортализме (трансцендентальные трансгуманисты-имморталисты [2] считают, что достижение бессмертия только путем технологий без развития души невозможно), так и за его пределами. При этом зачастую именно с имморталистами простой обыватель ассоциирует всех трансгуманистов.

Таким образом, мы можем видеть, что трансгуманизм крайне неоднороден, его объединяет лишь общая философская концепция. Однако ее понимание и средства достижения разнятся в каждом течении. Тем не менее, все трансгуманисты сходятся во мнении, что без появления постчеловека контролировать все ускоряющийся прогресс, идущий к технологической сингулярности, вскоре станет невозможно [3].

Основные проблемы, которыми оперируют противники трансгуманизма при спорах со сторонниками большинства течений – раскол в мировом обществе. Это будет обусловлено в первую очередь тем, что большая часть стран просто финансово не способны на развитие подобных технологий, а современное поколение людей, привыкшее к постоянному обновлению гаджетов и в большинстве своем стремящееся иметь все только новое, с легкостью перенесет свое восприятие на гаджеты/модификации человека, только усугубив проблему. Подобная ситуация может привести к совершенно непредсказуемым последствиям на мировой политической арене в целом и внутри каждой страны в частности.

Еще одной проблемой является восприятие образа постчеловека, пропагандируемого либеританскими трансгуманистами и имморталистами – можно ли будет серьезно (либо полностью) модифицированного человека назвать человеком с точки зрения закона? Подобная трактовка также ставит вопрос самовосприятия подобного «человека» и его восприятия обществом: как общество отнесется к подобной «касте» «людей»? И наконец – вопрос контроля подобного «человека» – какими морально-этическими рычагами воздействовать на них, и как защитить «простых» (не модифицированных) людей?

Предложенные пути решения вышеизложенных проблем неоднозначны и зачастую даже сомнительны в плане реализации – однако в любом случае требуют внимания. Один из путей, предлагаемым в основном сторонниками марксизма и коммунизма можно сформулировать следующим образом – каждый человек должен отказаться от личной выгоды и подавить свой эгоизм, начав работать на общее благо общества. Однако, здесь можно только развести руками – большинство идей трансгуманизма построены как раз на личной выгоде и собственном человеческом эгоизме. Либеританские трансгуманисты в свою очередь предлагают такой путь решения: изменение законов и фактическое уравнивание общих прав модифицированного постчеловека и «простого» человека. Имморталисты в данном случае красноречиво просты: полная «модификация» всех людей в определенной области и таким образом минимизация технологического различия между ними. И подобных вариантов – сотни (только на для их перечисления потребуется написать несколько книг).

Приведенные способы решения не являются абсолютными и затрагивают только некоторые проблемы – каким образом, например, решить проблему самосознания и самоконтроля модифицированного постчеловека толком ответить не может никто из ныне живущих. Тоже самое касается и проблемы раскола мирового общества – предложенные варианты либо только смягчают ее последствия либо сложно осуществимы/неосуществимы вовсе. А попытки прогнозирования будущего с каждым годом становятся все бессмысленнее (ввиду приближения к технологической сингулярности).

Анализируя современные тенденции и принимая во внимание вышесказанное, можно сделать вывод, что нынешний прогресс (хочет того общество или нет), в том виде, в котором мы его знаем, целиком и полностью сформирован идеями трансгуманизма. А значит – подобные проблемы неизбежны. И их решение – гарант того, что человек (в той разумной форме, что он есть) продолжит существовать.

Библиографический список

1. Введение в иммортализм. [Электронный ресурс] // URL: <http://transhuman.ru/menyu/vvedenie-v-immortalizm> (дата обращения: 29.03.2015).
2. Всемирная Ассоциация Трансцендентального Трансгуманизма. [электронный ресурс] // URL: <http://www.bessmertie.org/> (дата обращения: 29.03.2015).
3. Де Грей О. SENS. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.sens.org/> (дата обращения: 29.03.2015).
4. Де Грей О. Старение будут лечить также легко, как насморк. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.kp.ru/daily/25715/914535/> (дата обращения: 29.03.2015).
5. Дрекслер Э. Интервью на IV международном форуме по нанотехнологиям (2011 год). [Электронный ресурс] // URL: <http://www.kp.ru/daily/25779/2762895/> (дата обращения: 29.03.2015).
6. Foresight Institute. Nanotechnology. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.foresight.org/nano/> (дата обращения: 29.03.2015).
7. Hughes J.J. The Politics of Transhumanism. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.changesurfer.com/Acad/TranshumPolitics.htm> (дата обращения: 29.03.2015).
8. Humanity+. [Электронный ресурс] // URL : <http://humanityplus.org/> (дата обращения: 29.03.2015).
9. Istvan Z. Should a Transhumanist Run of US President? (10/08/2014). [Электронный ресурс] // URL: http://www.huffingtonpost.com/zoltan-istvan/should-a-transhumanist-be_b_5949688.html (дата обращения: 29.03.2015).

В. О. Мамаев

студент кафедры аэрокосмических компьютерных и программных систем

С. Ю. Коломийцев

канд. филос. наук – научный руководитель

ПОСТМОДЕРНИЗМ В ЛИТЕРАТУРЕ

XX–XXI вв. – время агонизирующей и рефлексивной мысли на фоне огромных, революционных скачков во всех сферах жизни человека. Его сознание мечется от одного к другому, теряясь в обилии идей, предложенных рационалистическим познанием и стремлением получить как можно больше объективной информации. Это эпоха науки, войны, экономики и космоса и тут же – эпоха «смерти» Бога, Автора и Человека. В такое безумное время родился постмодернизм – философия, разрабатывающая концепцию свободы в хаосе, отвергая систематизацию, структуру и истину.

В качестве философии постмодернизм рушит основные классические понятия, такие как красота, реальность, разум, общество, подвергая их сомнению и осуждению. Мир – это беспорядочное движение фрагментов, различных между собой, – все это так называемый Хаосмос, в котором каждое явление равноправно и равновозможно. По Делезу в таком мире «царствует два начала: шизоидное начало творческого становления и параноидальное начало удушающего порядка». Дискурс постмодернизма построен вокруг «смерти субъекта», обуславливающей разложение привычных категорий и понятий, где любое знание, претендующее на истинность, заранее ложно, ибо бесконечно интерпретируемо. Главной задачей его становится нахождение «первичного кода» – системы знаков и символов, которая дает возможность воспринимать информацию на бессознательном, репрезентативном языке подобно тому, как пещерные люди оставляли сведения о своей жизни в виде рисунков и были распознаваемы на интуитивном уровне.

Именно поэтому полное свое воплощение философия находит в литературе, приходя на смену изжившему себя модернизму. Как стиль художественной литературы, постмодернизм ставит перед собой цель стереть установленные модернистами грани «элитарной» и «массовой» прозы. Так, с помощью «многоуровневого» письма достигается единение писателя и публики, массы и интеллигенции, и в этом Лесли Фидлер – автор одной из первых «деклараций» постмодернизма в отношении художественной литературы – видит акт обретения свободы произведений, способ нарушить границы и расширить горизонт писательского творчества. В 1980 г. Умберто Эко представил миру роман «Имя Розы», написанный в стиле постмодернизма по канонам его зарождения. Произведение имело четко выверенный слог, ритм, сложную структуру и упомянутую многоуровневость. Сюжетная канва вобрала в себя хитросплетения детектива на фоне исторических событий, охватывая теории эзотерики, рассматривая теологические споры о происхождении и жизни Иисуса Христа. Такое количество тематик и конфликтов гарантировало слияние разных слоев публики, привлекая к себе внимание как массовой культуры, так и элитарной. Вторая немаловажная черта стиля – создание героя, балансирующего на грани реальности и вымысла. Пространство объективной реальности, которая служит, в основном, декорациями конструкту произведения, вырастает в пространство невозможного, неопределенного, неподдающегося пониманию героя хаоса. На фоне такого противостояния и происходит развитие сюжета и основных конфликтов, так же стираются классические представления о познании, и «субъект абсолютизируется и делается собственным объектом». И это слияние «эстетического» и «метафизического» станет характерным явлением для постмодернизма после «Острова накануне», опять же, за авторством Эко. Психологические метания персонажа и его взаимодействие с эфемерным образом оставленного экипажем корабля, необследованным к тому же, становятся катализатором темы шизофренического одиночества на фоне философских рассуждений о семантике и словоформе.

Игра с текстом и структурой произведения – то новаторское явление, которое ярко характеризует этот стиль. Исходящая еще от французских «проклятых поэтов» манера письма тут обретает свое полное развитие, будучи возведенной в абсолют. Текст, историю и рассказ переворачивают с ног на голову, мешают последовательность повествования, «взрывают» фундамент и основание сюжета. Текст становится не просто набором слов и знаков, но имеет самое непосредственное влияние на все произведение. Макс Фриш и его роман «Человек появляется в эпоху голоцена» – самый показательный пример этой манеры. Повествование истории теснится с газетными и энциклопедическими вырезками, так или иначе связанными с персонажем. Привычная подача сюжета здесь имеет большее влияние на декоративное введение, в то время как такие вставки необычно, но содержательнее раскрывают психологический портрет героя. Они сопровождают его и читателя с самого начала, бросая в путаницу неструктурированной информации, и ведут к кульминации трагедии конфликта.

Но постмодернизм меняет не только форму и структуру литературных произведений, их темы и конфликты, но и полностью пересматривает значение текстового произведения. Ролан Барт в своем эссе «Смерть Автора» утверждал, что, выходя из-под пера писателя, Произведение обретает собственную жизнь, абстрагированную и непривязанную к личности самого писателя. Таким образом, сам текст перерастает в самостоятельную субстанцию и обретает свое единство предназначения только в разуме читателя, а «читатель – то человек без истории, без биографии, без психологии, он всего лишь некто, сводящий воедино все те штрихи, что образуют письменный текст»¹. Барт выделяет две причины обезличивания Автора: во-первых, привычная идея линейности создания произведения нарушена, ведь теперь писатель не предшествует тексту, и, во-вторых, мысль о том, что современный текст – это совокупность цитат и отсылок, идущих из обильного потока котла культуры, и нет больше ни одной мысли, порожденной Автором лично.

Постмодернизм – смелая философия противоречивых идей, стоящая на концепции стабильности хаоса, – и это состояние мысли современного человеческого сознания, его дискурса. Однако, отвергая привычные отношения, такие как субъект-объект, истина-знание, Произведение-Автор, она сама загоняет себя в угол бесконечной референции. Ведь как философия, утверждающая, что культура теперь не нуждается в антропологической привязке, она, тем не менее, признает руководство читателя над мыслью, пусть мысль и принадлежит сама себе. Но все это скорее следствие конвульсивной рефлексии современного сознания, жаждущего хаоса и утомленного до безумия. Вздох умирающего Автора, загроможденного обилием текстов, кодов и историй, обретающих свою собственную жизнь.

УДК 17.023.2

Д. Ю. Мотоев

студент кафедры компьютерной математики и программирования

Л. В. Кудря

научный руководитель

ПРОБЛЕМА ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ФИЛОСОФИИ И. КАНТА

Задумываются ли люди, насколько правильно они поступают в той или иной ситуации?

Человек в обществе стремится действовать так, чтобы это имело выгоду не только для него самого, но и для тех, кто его окружает, потому что в будущем эти действия могут отразиться на нем самом. Если все время поступать во благо себе и во вред другим, то у людей сложится плохое впечатление о Вас, и, скорее всего, в будущем Вам никто не захочет оказывать помощь в той

¹ Ролан Барт, эссе «Смерть Автора».

или иной ситуации. Нельзя быть эгоистом по жизни, потому что это разрушает личность. Нельзя забывать об окружающем нас мире. Нужно действовать так, чтобы это не сказывалось негативно.

Поступая в той или иной ситуации человек не всегда должен смотреть на то, как это делают другие. Например, кто-то бросает мусор на улице мимо урны, но из этого поступка не должен следовать вывод – «раз он так делает, значит все так делают, а, следовательно, мне тоже можно». Никогда не надо забывать, что, безусловно, есть люди, которые не очень-то и задумываются о своих поступках. Но не надо становиться такими же. Человеку необходимо анализировать ту или иную ситуацию; поступать так, как это было бы выгоднее с разных сторон, а не только с одной.

Если человек считает, что прав в том или ином случае, то ему необходимо отстаивать свою позицию; если ему кажется, что что-то будет выглядеть лучше в том или ином плане – он всегда может попробовать реализовать это. Но не надо забывать, что вся ответственность за идею лежит именно на нем. Ведь каждый индивид отвечает за те действия, которые совершил в той или иной ситуации. Не стоит быть слишком высокомерным, то есть нужно стараться как можно чаще выслушивать аргументы, которые говорят о том, что в некоей идее есть изъяны. Необходимо оценить ситуацию, поразмышлять насчет плюсов и минусов этой идеи. Быть может, кто-то подскажет, как сделать задуманное более перспективным.

Но, конечно же, нельзя просто так считать, что «я всегда прав». Такие люди мало чего добиваются, потому что они уверены в своей правоте. Они не слушают аргументы о том, что их «идея» провальная, они твердо уверены в том, что она идеальна и не требует никакой критики. Но ведь нельзя что-то усовершенствовать, не зная «уязвимых» сторон. Бесспорно, такие люди считают, что никто не имеет права упрекнуть их в том, что они неправы.

Отклоняясь от людей, которые думают только о себе, хотелось бы сказать, что думающий человек будет набирать огромный опыт после своего поступка; оценит свои действия и в будущем будет лучше осознавать, что нужно делать в таких ситуациях. Слушать других людей всегда стоит, но лучше проанализировать высказывания и действовать так, как считаешь нужным. Свой опыт всегда ценнее любой другой информации. Делая что-то сами, мы должны осознавать всю ответственность проделанных действий, чтобы в дальнейшем не допускать нелепых ошибок. Нужно помогать другим людям и не быть равнодушным в любой ситуации. Ведь нельзя забывать – что-либо сделанное в настоящий момент, безусловно, отразится на нас в будущем.

Обобщая все вышесказанное, хотелось бы подчеркнуть мнение классического философа – Иммануила Канта. Человек, по Канту, есть некая высшая ценность. Каждый человек имеет свое собственное достоинство. Он должен его оберегать. Но человек обязан понимать, что достоинство других людей есть также высшая ценность. У человека есть право совершать поступки. Но они просчитываются со стороны категорий положительного и негативного.

Но существует ли в мире пример чистой доброты? Существует ли кто-то, кто является высшим добронравным деятелем? В нашем мире таких нет. Но тогда откуда у нас возникает понятие о том, что есть хорошо, а что – плохо? Наше понимание об этих понятиях подразумевает, что в мире присутствует некий высший символ духовного идеала. Анализируя эти два положения, Кант составляет свой собственный нравственный закон, регулирующий взаимосвязь в обществе. Такой закон называется категорический императив. Он включает в себя:

- в различных ситуациях, Ваш поступок не должен нарушать общего закона, который написан для каждого, включая Вас самих;
- отношение к другим людям должно быть такое, как Вы бы хотели, чтобы относились к Вам;
- к людям нужно относиться не как к предмету, а как к некоей цели.

В самом деле, обратим внимание на то, что, когда человек хочет совершить доброе дело или хочет помочь кому-то, то он, безусловно, надеется, что все это откликнется в скором времени. То есть, совершая добро, человек будет уверен, что ему отплатят тем же в будущем. Поскольку человек хочет хорошего отношения к своей персоне, то он должен не забывать в такой же мере относиться и к другим людям.

А иногда бывают ситуации, когда видно, что человек нуждается в помощи, но другие люди просто проходим мимо с мыслями: «я очень занят, пусть кто-нибудь другой занимается этим». Почти каждый человек в такой ситуации подумает, что кто-то другой сделает это лучше. Но задумывается ли общество: а кто этот – другой? Существует ли он вообще? Что если случится так, что никто не окажет помощь? В таких ситуациях лучше лишний раз задать себе вопрос: «А кто, если не я, сделает это?».

Человек никогда не должен забывать ставить себя на место того, кто нуждается в чьей-либо помощи. Ведь каждый может оказаться в экстренной ситуации. Очень жаль, что в мире порой происходит далеко не так: все идет куда-то, не замечая никого вокруг себя; каждый думает, что он главнее всех, что все неправы, а времени вообще не хватает. Человеку попросту легче сказать, чтобы все вокруг изменилось, чем измениться самому. Не надо лениться по жизни. Не надо обращать внимание на то, как это делают другие. Хватит превращать лень в повседневную жизнь! Никто, кроме Вас самих, не будет исправляться. Как подчеркнул Чачанидзе Г. Д.: «Тело является инструментом и целью наших действий» [2].

Не нужно скидывать все проблемы на других, считая, что все вокруг виноваты. Может быть, проблема изначально в Вас? Нужно не уходить от проблемы, а, непосредственно, решать ее! Почти из любой ситуации есть выход. Не нужно думать, что со временем все наладится. Нужно действовать именно сейчас, в данный момент. Потому что чем дольше человек откладывает какое-то дело, тем сложнее его будет начать в дальнейшем.

Не нужно бояться просить помощи. Никому от этого хуже не будет. Тот, кто решится помочь, безусловно, получит ценный опыт из всей ситуации. Но не надо привыкать к тому, что за Вас всегда что-то будут делать. В один момент Вы просто осознаете, что не можете самостоятельно принимать какие-либо решения. Нужно видеть эту грань между помощью и использованием. Как писал Кант: «Человек – не средство для решения своих интересов, а цель» [1].

Ответственность с точки зрения морали есть возможность выбора верного поступка во всех ситуациях. Чтобы принять правильное решение, должны быть оценены собственные действия. Для этого необходимо знать и понимать, какие поступки являются правильными, а какие – нет.

Если Вы считаете, что кто-то поступает неправильно, сообщите ему об этом, ведь, быть может, что человек даже и не осознает, что он делает то, что не следовало бы. Другими словами, человек не всегда имеет представление о том, что хорошо, а что – плохо, потому что было не на что опираться. В другой раз, видя, как кто-то поступает неправильно, просто скажите ему это, возможно, он просто не знал, что это – неправильно, ведь никто ранее не говорил ему об этом.

В заключение хотелось бы сказать, что человеку необходимо контролировать свои эмоции в той или иной ситуации. Ведь бывает так, что в гневе мы готовы перевернуть весь мир во что бы то ни стало, не обращая внимание ни на кого и не задумываясь о последствиях; эмоции затмевают наш разум, и мы становимся подвластны своим инстинктам. И это порой сказывается негативно на самом человеке.

Ответственность за свои поступки есть ценность, которая отличает общество, которое задумываются о том, какой мир их окружает, от тех, кому, в принципе, безразлично будущее взаимоотношения между людьми.

Если трактовать свободу как самостоятельность воли от совокупности моральных законов, то получится ее негативный смысл. Но если такое определение связать с качеством воли самоидентифицироваться, то выделится позитивный смысл. Автономия заключается в том, что воля устанавливает свои собственные законы. У Канта автономия и свобода были связаны вместе, так как сама материя не может предписать или определить условие волевого действия.

Библиографический список

1. Кант И. Основы метафизики нравственности [Электронный ресурс] // URL: http://anna-ganzha.narod.ru/kant_omn_fr.pdf (дата обращения: 27.03.2015).
2. Чачанидзе Г. Д. Проблема телесности в философии Ж.-П. Сартра [Электронный ресурс] // URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/4470/2/sf-06-48.pdf> (дата обращения: 27.03.2015).

Г. В. Мурзич

студент кафедры эксплуатации и управления в аэрокосмических системах

М. Л. Бурова

канд. филос. наук, доц. – научный руководитель

ФИЛОСОФИЯ МУЗЫКИ

Философия музыки – исследование и обоснование законов, которым подчинены музыкальное творчество и восприятие музыкальных произведений. Относится одновременно к области, философии, культурологии, социологии, психологии и других наук включая даже математику. Она является одним из разделов эстетики и занимается преимущественно решением проблем человеческого бытия, ценностей и познания.

Определения сущности музыки, вроде «искусства петь и играть», ничего не выявляют, равно как и взгляд на всегдашние формы бытовой музыки. Все можно подразделить на некие музыкальные эпохи. Эпоху делают наиболее значительные, крупные и великие композиторы. Идеалы предыдущей музыки не исчезают, но потесняются новыми музыкальными идеями, из чего становится понятным, что извечный спор, который идет уже не одно поколение, сменяя лишь имена и названия жанров, о том, что в прошлые годы была Музыка, а сейчас не пойми что, – это ни что иное, как пустая трата времени, так как нельзя сравнивать Баха с Битлз, а современных певцов с их коллегами, что жили сотню лет назад.

Назначение и роль философствований о музыке могут быть сформулированы таким образом: благодаря им исследуются сущность, смысл и онтологическая укорененность музыки, ее идея и духовные основы (это может пониматься как исследование воли к музыкальному творчеству и предметное познание этой цели, которое укрепляет жизненную волю к ней); философствования о музыке позволяют осуществлять теоретико-методологический анализ содержания и проблем музыкального творчества и его восприятия, интерпретации, понимания.

Взаимосвязь и родство философии, математики и музыки отмечалась еще в античности у Пифагора, Платона. Музыка входила в квадриум (четыре свободных искусства) с античности и до эпохи Возрождения. По Платону гармония, строй, ритм приводят человека в состояние мудрости и способность познавать единство мира [1, с. 83–86]. Для Аристотеля музыка связана с развлечением и воспитанием и имеет более прикладной характер. Как неизобразительное искусство музыка не столько воспроизводит внешний мир, сколько воспроизводит этические свойства людей. Особое внимание уделялось им ладу и мелодии. Он различает три типа мелодий: этические (действующие на моральные чувства), практические (возбуждающие активность) и энтузиастические (вызывающие экстаз). Дорийский и лигийский лады воспитывают мужество и благопристойность. [2, с. 31; 36]. В дальнейшем (у Н. Кузанского, Г. Лейбница) можно встретить противопоставление божественной, прекрасной, блаженной и человеческой музыки, чувственной, лечащей и доставляющей наслаждение. Но рациональному взгляду противостоит иррациональный. Музыку как объективацию мировой воли рассматривал А. Шопенгауэр, у А. Ф. Лосева мы видим оценку чистого музыкального бытия как внепространственного, хаотического, бесформенного, слитого, находящегося в постоянном движении, как процесса. Музыка уничтожает мир закона и основания, конструирует другой, выступая как мироощущение [3, с. 210; 227].

Говоря о философии музыки, не обойти вопрос ее происхождения. Известны мифы, о греческих богах, которые и сотворили мусикийские искусства, о девяти Музах, помощницах бога красоты и покровителя музыки Аполлона, равных которому в игре на лире не было. Другой древнегреческий миф рассказывает об Орфее, певце, покорившем фурий, которые пропустили его в царство теней Аид. Музыкой и танцем отличались также праздничные свиты бога Диониса. Отзвуки этих мифологических представлений мы встречаем в трудах Платона и Ф. Ницше.

На основе изучения музыки различных народов мира, сведений о первичном музыкальном фольклоре различных племен, было выдвинуто несколько научных гипотез происхождения музыки. Наибольшее значение придается ритму, связанного с танцем или с трудовой деятельностью в коллективе, во время согласованных физических действий в процессе совместного труда. Теория Дарвина, исходящая из естественного отбора и выживания наиболее приспособленных организмов, давала возможность предполагать, что музыка появилась как особая форма живой природы, как звуко-интонационное соперничество самцов (кто из них голосистее, кто красивее). Широкое признание получила «лингвистическая» теория происхождения музыки, в которой рассматриваются интонационные основания музыки, связь ее с речью. Интонация в музыкальном произведении, как мы ее понимаем сегодня, – это способ передачи смысла, замысла, акцента на чем-то весьма существенном для автора-композитора и исполнителя.

Одна мысль об истоках музыки в эмоциональной речи высказывалась Ж. Руссо и Г. Спенсером: необходимость выразить торжество или скорбь приводила речь в состояние возбуждения, аффекта и речь начинала звучать; а позже, абстрагируясь, музыка речи была переложена на инструменты. Более современные авторы утверждают, что музыка могла существовать даже раньше, чем речь – в неформившейся речевой артикуляции, состоящей из глиссандирующих подъемов, подвываний. Необходимость подачи звуковых сигналов привела человека к тому, что из неблагозвучных, неустойчивых по высоте звуков голос стал фиксировать тон на одной и той же высоте, затем закреплять определенные интервалы между различными тонами (различать интервалы более благозвучные, в первую очередь октаву, которая воспринималась как слияние) и повторять короткие мотивы. Большую роль в осмыслении и самостоятельном бытовании музыкальных явлений играла способность человека транспонировать один и тот же мотив, напев. При этом средствами для извлечения звучаний были как голос, так и музыкальный инструмент. Ритм участвовал в процессе интонирования (интонационный ритм) и помогал выделять наиболее значимые для напева тоны, размечал цезуры, способствовал формированию ладов [4].

Все мы слушаем музыку, наши вкусы и предпочтения различны, но каждый находит себе что-то по душе. Так почему же нам она нравится? Этот вопрос является одним из наиболее распространенных в области философии, изучающей музыку и эмоции, которые она вызывает. Отличительная особенность музыки – звуковое время и пространство, длящееся субъективное время, задающее определенное пространство для самопознания. Простейшей «клеточкой» музыки является устремленность к процессу эмоционального развертывания. Форма ее выражения может, изменяясь, приобрести смысл «умной эмоции».

В процессуальности переживаний, в преодолении себя заключена тайна музыки, тайна выхода личности за свои пределы. Переживание, вызванное музыкой, выступает не как тень реального процесса жизни, а как психологическая составляющая самой жизни. Музыка обеспечивает рождение не только представлений с помощью эмоций, но и событий, трагедий и комедий человеческой души, ведущих, в конечном счете, к благу, истине, и подлинной красоте личности [5].

Библиографический список

1. Курашов В. И. История и принципы философии музыки: от слова к музыке и от музыки к слову // Ученые записки Казанского Университета, 2012, Т. 154, кн. 1. С. 83–107.
2. Овсянников М. Ф. История эстетической мысли: учеб. пособие. 2-е изд... М.: Изд-во «Высшая школа», 1984. 336 с.
3. Лосев А. Ф. Музыка как предмет логики / А. Ф. Лосев. Из ранних произведений. М.: Изд-во «Правда», 1990. 655 с.
4. Музыка // Энциклопедия Кругосвет – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/muzyka/MUZIKA. (дата обращения 31.05.2015).
5. Философия музыки // Академик – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/1295/ФИЛОСОФИЯ (дата обращения 31.05.2015).

УДК 930.85

Н. А. Орешкова

студент кафедры менеджмента

Н. В. Выжлецова

канд. культурологии, доц. – научный руководитель

ТЕОРИЯ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ДЕТЕРМИНИЗМА Ж. БОДЕНА

Говоря о географическом детерминизме, мы сразу представляем себе, что речь пойдет, разумеется, о природных условиях, но это не только географическое понятие, но и социально-культурное, обозначающее взаимозависимость между обществом, культурой, народом и географической средой. Термином «географический детерминизм» иногда обозначают концепции, придающие географическим факторам решающую роль.

Когда же человек стал задумываться над вопросом о роли географического фактора в развитии общества? Впервые такой вопрос был поставлен в античной науке. Это открытие обычно связывается с именами Геродота, Гиппократ, Полибия, Страбона. В это самое время человек действительно зависел от природы и даже обожествлял ее, и, естественно, что в античной науке возникает представление о том, что природная среда влияет на жизнь людей, их культуру, историю, искусство, быт, традиции и т. д.

Итак, географический детерминизм – учение об определяющем влиянии природной среды на человека и его культуру. Эту теорию разделяли не только историки, географы, но и политики. Идеи географического детерминизма присутствовали в учении греческого историка Геродота (484–425 гг. до н.э.), который пытался объяснить жизнь людей, их нравы и обычаи с природной точки зрения. Подобные идеи встречаются в трудах знаменитого греческого ученого и врача Гиппократ (ок. 460 – между 377 и 356 гг. до н.э.). Обозревая различные местности и народы, Гиппократ неоднократно подчеркивал, что от природных условий зависит не только физический облик людей, но и их нравы, а значит и общественные порядки. Он пришел к мысли, что «большой частью формы людей и нравы отражают природу страны» [1, с. 304]. Идеи географического детерминизма характерны и для выдающегося греческого философа Аристотеля (384–322 гг. до н.э.), который писал в «Политике»: «Племена, обитающие в странах с холодным климатом, притом в Европе, преисполнены мужества, но недостаточно наделены умом и способностями к ремеслам. Поэтому они дольше сохраняют свою свободу, но не способны к государственной жизни и не могут господствовать над своими соседями. Населяющие же Азию в духовном отношении обладают умом и отличаются способностями к ремеслам, но им не хватает мужества; поэтому они живут в подчинении и рабском состоянии» [2, с. 601]. Большое значение придавал влиянию климата на человека греческий историк Полибий (ок. 200–120 до н.э.). Полибий писал: «...Природные свойства всех народов неизбежно складываются в зависимости от климата. По этой, а не по какой-либо иной причине народы представляют столь резкие отличия в характере, строении тела и в цвете кожи, а также в большинстве занятий» [3, с. 363].

Систематическое учение географического детерминизма было создано только в XVI в. Жаком Боденом (1529 (1530) – 1596). Жан Боден родился в 1529 (1530) г. во французском городе Анжере. Происхождение его утонуло во мраке средневековья: о его отце нам не известно ничего; мать, возможно, была еврейкой, эмигрировавшей во Францию из Испании из-за религиозных преследований. Этот факт, видимо, сыграл большую роль в формировании его мировоззрения. Боден получил юридическое образование в Тулузе, заслужил ученую степень, некоторое время преподавал в университете, и хотя лекции его заканчивались под аплодисменты, должность профессора он так и не получил. Вероятно, именно неудача в карьере профессора привела его в 1561 г. в Париж, где он испытал свои силы на адвокатском поприще. 1566 г. ознаменовался выходом в свет его первой знаменитой книги «Метод облегченного изучения истории» («Метод лег-

кого познания истории»). Эта книга стала популярна во всей Европе, выдержав несколько изданий. Правда следует заметить, что ее содержание не вполне соответствовало интригующему названию. Основная идея книги заключается в том, что качества человека и культура народов во многом зависят от заданных природных условий. В своей работе Жан Боден не только обуславливает особенности народов климатическими и другими географическими условиями, но и делает выводы о влиянии этих факторов на социально-политическое устройство государств.

По мнению Бодена, главную роль среди природных факторов играет климат той или иной страны. Он выделяет три основные климатические зоны южную, умеренную, северную. Одновременно он вводит понятия Восток и Запад, приравнивая первый к югу, а второй – к северу. По мнению Бодена, кроме климата на человека оказывают влияние также и такие природные факторы, как характер местности, которая может быть горной, болотистой или пустынной, ветреной и безветренной, и качество почвы, ее плодородие или бесплодие. Но главным фактором в его теории является, конечно, климат. По мере движения к северу количество тепла постоянно уменьшается. Южане имеют больше тепла от солнца, но меньше внутреннего тепла. Северяне поддерживаются своим внутренним жаром, что делает их более сильными и активными, чем южане. Южане более склонны к размышлению, северяне – к ручным ремеслам и изобретениям, люди умеренной климатической зоны – к устройству различного рода общественных дел. Жители плодородных земель словно предназначены для роскоши. Люди, населяющие бесплодные места – доблестные солдаты и умелые работники.

Ж. Боден предполагал, что все проявления человеческой деятельности, в том числе культура, психологический склад, форма правления и т. п., определяются природными условиями. Характер занятий, тип хозяйственной деятельности, предметы и средства труда, продукты питания и др. – все это существенно зависит от обитания человека в той или иной климатической зоне (в полярной зоне, в степи или в субтропиках). Современные исследователи отмечают влияние климата на работоспособность человека. Жаркий климат сокращает время активной деятельности. Холодный климат требует от людей больших усилий для поддержания жизни. Умеренный климат в наибольшей степени способствует активности. Такие факторы как атмосферное давление, влажность воздуха, ветры оказывают известное влияние на состояние здоровья, а значит, косвенно, на его социальное поведение. При этом, особенно на ранних этапах формирования того или иного общества и культуры очевидно влияние природно-географической среды: на хозяйственно-экономические особенности, на специфику политической власти, на религиозные и духовно-эстетические начала, обычаи, обряды и повседневную жизнь. Народам тропиков, например, незнакомы многие божества, обычаи и обряды, связанные с сезонными циклами работ и характерные для народов умеренного пояса.

Ж. Боден развивал и обосновывал свою концепцию географического детерминизма не только в «Методом легкого познания истории», но и в «Шести книгах о государстве» (1576).

Географический детерминизм Ж. Бодена отразился на философских воззрениях многих европейских мыслителей, и особенно, на взглядах Шарля Монтескье (1689–1755). Он, вслед за Ж. Боденом, к числу важнейших сил, определяющих характер общественного строя, относит, прежде всего, климат. «Есть страны, – писал он, – жаркий климат которых настолько истощает тело и до того обессиливает дух, что люди исполняют там всякую трудную обязанность только из страха наказания. В таких странах рабство менее противно разуму; и так как там господин столь же малодушен по отношению к своему государю, как его раб по отношению к нему самому, то гражданское рабство сопровождается в этих странах политическим рабством» [4, с. 366].

Каких бы концепций происхождения культуры ни придерживались их создатели, вопрос о том, как соотносятся мир природы и мир культуры, занимает одно из центральных мест.

К примеру, суровые природные условия требовали невероятных человеческих усилий по адаптации к ним. Совершенно очевидно, что эта адаптация включала изменение биологических характеристик человека, стереотипов сознания и поведения, разработки и применения искусственных средств труда и технологий, совершенствования социальной организации, обеспечивавшей взаимодействие именно в этих (крайне суровых) природных условиях, механизмов обмена информацией и др., т. е. всего того, что и называется культурой [5].

Таким образом, географические факторы сыграли значительную роль в формировании древних и традиционных культур. Именно поэтому люди, живущие в разных странах и климатических поясах, продолжают по-разному смотреть на мир, имеют различные способы адаптации к окружающей среде, свои традиции, обычаи, уклады жизни, менталитет, свою уникальную культуру.

*Нас в мире очень много, и мы разные.
Во многом есть черты разнообразия.
На нас влияет лишь одна природа,
Творя культуру в жизни каждого народа.*

*Найдешь всегда отличия в сравнении.
Да, мы разнообразны, без сомнения,
Во внешности, и в вере, в поведении.
Всегда различны в этом наши мнения.*

*В пример: он закаленный сын Кавказа.
Манеры, темперамент виден сразу.
А ты откуда? С северных широт,
И все в тебе совсем наоборот.*

*Кого-то окружали вечно горы,
Звенящая река, равнин просторы,
А кто-то наслаждался зимой, снегом
И шелестом березы жарким летом.*

*И пусть природа всех нас разделила,
По-разному искусно наградила.
Похожи мы, нас многое сближает,
И каждый пусть об этом точно знает.*

(Н. Орешкова, 2015 г.)

Библиографический список

1. Гиппократ. О воздухах, водах и местностях // Гиппократ. Избранные книги. М., 1994.
2. Аристотель. Политика // Аристотель. Соч. в 4-х т. Т. 4. М., 1983.
3. Полибий. Всеобщая история. Т. I. СПб., 1994.
4. Монтескье Ш. О духе законов // Монтескье Ш. Избранные произведения. М., 1955.
5. Багдасарьян Н. Г. Культурология. М., 2012.
6. Боден Ж. Метод легкого познания истории. М., 2000.

УДК 87.0

Д. Д. Питрук

студент кафедры иностранных языков

С. Ю. Коломийцев

канд. филос. наук – научный руководитель

РЕИНКАРНАЦИЯ

*Теория вечного возвращения –
это единственная идея, против которой у науки
никогда не будет весомых аргументов
А. Эйнштейн*

В работе изложены основные точки зрения на феномен перерождения и дано описание способов исследования данного явления.

Что такое реинкарнация? С давних времен люди задумывались о том, есть ли жизнь после смерти. Во многих восточных культурах широкое распространение получила идея перерождения (реинкарнации), переселения души из тела в тело с целью духовного совершенствования. Также к метепсихозу (перерождению с греческого) склонялись некоторые древнегреческие философы, например, Сократ и Платон (концепция первичного мира идей и вторичного мира вещей, всезнающая душа, припоминающая забытые знания в процессе жизнедеятельности) [6].

Реинкарнация в древних религиях. Наибольшей популярностью идея о переселении душ пользуется в индуизме. Отдельная душа переходит от одного уровня существования к другому в зависимости от совершенных деяний. Души достаточно достойные могут освободиться от круговорота перерождений (данное явление называется мокша).

В буддизме идея перерождения (сансары) также занимает одно из центральных мест. Буддисты верят, что существуют шесть миров (демонов, духов, животных, людей, асуров, богов), причем лишь два мира (животных и людей) материальны. То, куда отправится душа после смерти тела, определяется кармой (деяниями), причем души лишь в мире людей могут влиять на передвижения в сансаре посредством разумного выбора. Определенные особенности имеет тибетский буддизм, в нем также выделяется промежуточное состояние на грани жизни и смерти, когда сознание может выйти за границы колеса перерождений (ясный свет в момент смерти, тантра-йога) [7].

Также пользуется некоторой известностью теория перерождений (гилгул) в иудаизме, хотя ныне встречается лишь среди ортодоксальных групп иудеев.

Они обосновывают наличие реинкарнации следующим образом: согласно иудаизму, хорошие люди не должны страдать. Следовательно, они искупают грехи своих прошлых воплощений. Согласно другому воззрению, душа (нешама) перерождается заново при условии невыполнения определенной миссии, но случается это нечасто.

Кроме того, хотя большая часть приверженцев ислама не верит в реинкарнацию, но это явление занимает важное место в религии друзов и алавитов, но представители данных группировок веруют в перерождения лишь между кровными родственниками.

Рассказывая о роли метепсихоза в различных религиях, нельзя не упомянуть традиционную японскую религию – синтоизм. В нем признается возможность реинкарнации, при этом обычно считается, что возродившаяся в новом теле душа умершего не сохраняет воспоминаний о предыдущих воплощениях, но может проявлять умения, которым научилась в прошлой жизни.

Научные исследования. В области исследований реинкарнации применяются следующие методы исследований:

1) *Исторический*: сбор и анализ свидетельств древней истории. (обычно используется в комплексе с иными методами исследований).

2) *Опросный*: проводится опрос пациентов об их воспоминаниях, проводится анализ и поиск исторических фактов, подтверждающих их рассказы.

Также к исследованиям факта реинкарнаций нередко прибегают психиатры в тех случаях, когда остаточные воспоминания из прошлых жизней создают у людей необъяснимые фобии и ничем не обоснованные панические страхи чего-либо [1]. Наиболее эффективным методом лечения в данном случае считается гипноз. Он позволяет пациентам устранить неприятные «фантомные» воспоминания. Минусом метода является вероятность возникновения ложных воспоминаний. О фактах излечения такого рода нечасто пишут в специализированной прессе ввиду отсутствия масштабных исследований данного явления. Питер Рамстер, психотерапевт, провел масштабные исследования в данной области и не без результатов, но результаты его исследований были проигнорированы научным сообществом. Однако исследования Майкла Ньютона, доктора философии, гипнотерапевта и психолога, получили широкую известность а книга, в которой подробно рассказывается о его изысканиях, стала мировым бестселлером [2].

3) *Исследования по воспоминаниям детей*: наиболее часто полноценные воспоминания о прошлых жизнях встречаются у детей до 7 лет. Данные о детских воспоминаниях считают объективными лишь в том случае, если семья ребенка не имела никаких контактов с семьей прошлого воплощения ребенка и лишь в том случае, если имеются сторонние исторические свидетельства, подтверждающие рассказ ребенка.

Наибольший вклад в исследование феномена перерождений внес профессор психиатрии Ян Стивенсон, более 40 лет исследовавший случаи детских воспоминаний о прошлых жизнях. Его особая заслуга заключается в том, что он досконально исследовал каждый отдельный случай воспоминания детьми каких-либо событий прошлого, очевидцами которых они, якобы, были. Что немаловажно, никаких вознаграждений за показания не выплачивалось, исследования проводились сугубо на добровольной основе. Стивенсон полагал, что его тщательно задокументированное обследование более чем двух тысяч детей из Индии, Турции, США, Цейлона, Бразилии, Тайланда и многих иных стран делает перевоплощение наилучшим объяснением для подавляющего большинства увиденных им случаев. Еще одним аргументом в пользу возможности перевоплощения является сопоставление профессором родимых пятен и разнообразных врожденных физических дефектов с ранами, травмами на телах покойных, от лица которых дети рассказывали о событиях минувших дней [3].

Исторические свидетельства:

- Апполоний Тианский, Сократ и Платон (в диалогах Федон, Федр, Государство) утверждали о существовании метепсихоза.

- Лафкадио Еарна «Gleanings in Buddha-fields» (1897 г.).

- Harold Fielding «The soul of a people of Fielding» (1898 г.).

- Случай Bridey Murphy (под действием гипноза домохозяйка из Америки заговорила по-английски с ярким ирландским акцентом, используя редкие ирландские выражения, крайне подробно рассказав о своей прошлой реинкарнации – ирландке по имени Брайди Мерфи. Кроме того, под действием гипноза она станцевала редкую разновидность ирландской джиги).

- Случай Луизы Крамер (домохозяйка 52-х лет, мать двоих детей, живущая в Коннектикуте, по ночам во сне впадает в транс, в котором превращается в учительницу из 1877 г. – Пенелопу Эндрюс, жившую в Вайоминге, страдающую от хронического кашля и умершую в 1882 г. от чихотки).

- Случай Эдгара Мура (25-ти летний алкоголик, чей отец исчез за два месяца до его рождения, под действием гипноза рассказал о том, что это он убил отца, будучи грабителем Карлом Стиллером, которого убили поделщики через несколько дней после этого. После сеанса гипноза юноша покончил жизнь самоубийством).

- Случай с дочерьми семьи Паллоков (двух дочерей насмерть сбил автомобиль. Спустя несколько лет, в семье родились двойняшки, очень похожие на умерших дочерей. Однажды

семья приехала в город Хэксгем, где случилась трагедия, и девочки вспомнили дома, улицы, дорогу в школу. Несколько дней после приезда им снились кошмары, в которых на них наезжала машина).

• Феномен Александрины Самоя (в 1920 г. умерла от туберкулеза пятилетняя Александрина Самоя. Спустя несколько месяцев после этого в семье родились еще две девочки, одну из которых назвали Александриной. У новорожденной было приметное родимое пятно в том же самом месте, что и у ее старшей умершей сестры. С каждым годом она становилась все более похожей на сестру. Когда девочкам исполнилось 11 лет, мать сказала им, что они поедут в Монреаль, на что Александрина стала описывать улицы, которые там были и священников в красных одеждах. На вопрос, откуда она это знает, девочка ответила, что уже бывала там с родителями. Но ни одна из сестер не была в этом итальянском городе, но их умершая сестра – была, и на нее произвели впечатление необычные красные одеяния священников).

Библиографический список

1. Гроф С. Неистовый поиск себя. 1996. М.: Из-во Трансперсонального института. 304 с.
2. Ньютон М. Путешествия души. 1994, США: Ллевеллин. 152 с.
3. Stevenson I Reincarnation and Biology. University Press of Virginia, 1997. 224 с.
4. Моуди Р. Жизнь после жизни. Mockingbird Press, 1975. 150 с.
5. Stevenson I Twenty Cases Suggestive of Reincarnation. University Press of Virginia, 1974.
6. Платон. Апология Сократа М: АСТ, 2006. 71 с.
7. Фримамнтл Ф. Тибетская книга мертвых. 2003. М.: София, 116 с.

УДК 172.4

О. А. Рамейкин

студент кафедры истории и философии

С. Н. Коробкова

канд. филос. наук, доц. – научный руководитель

МОРАЛЬ И ВОЙНА В ФИЛОСОФИИ XIX ВЕКА

Прежде чем перейти непосредственно к освящению данной темы, разумно было бы объяснить, почему тема связи морали и войны предлагается к рассмотрению в контексте философии, и именно философии XIX в. Дело в том, что в своем анализе каких-либо событий, явлений, касающихся гуманитарной сферы, как мне кажется, самое разумное в, противовес популярному нынче психоаналитическому и бихевиористскому подходу, в первую очередь смотреть на мировоззрение людей, их философию, традицию, идеологию.

Каждое действие человека разумного, помимо так называемого «бессознательного», обусловлено целью, или иначе движением к цели, мотивацией. Мотивы, по своей сути, это уже сфера морали и нравственности, связанного с ними выбором, который человек должен делать на протяжении всей своей жизни: от постановки целей, до своей реакции на какие-либо события и их последующую оценку. В преддверии праздника, посвященного победе во Второй Мировой войне, активно муссируется тема, как конкретно этой войны, так и морального обоснования, или напротив, морального осуждения самой идеи войны. Фундаментальные причины любой войны, как я уже указал выше, я вижу в первую очередь в философии и мировоззрении. Конечно, философия не может напрямую влиять на мировосприятие обывателей, в числе которых, безусловно, и политики, развязывающие эти самые войны, но косвенное влияние на их взгляды огромно.

Публицисты, начиная с Вольтера и заканчивая Геббельсом, формируют общественное мнение, мироощущение. Тем временем, они являются не более чем вульгаризированной надстройкой над царящей в интеллектуальных кругах философией. В связи с этим хотелось бы

дать характеристику основным направлениям философии XIX в., исключая марксизм, на предмет наличия связи, между ними и милитаризмом века XX.

Мораль и война в философии И. Канта. Основные гражданско-этические работы Канта были созданы в конце XVIII в., в числе которых, прежде всего, его трактат «К вечному миру» и «Метафизические начала учения о праве». В основе гражданско-этического учения Канта, которое можно отнести к раннему либерализму, лежит, прежде всего, идея о том, что каждое лицо обладает совершенным достоинством и абсолютной ценностью. Это лицо – личность, человек, руководствуется в своей деятельности велением нравственного, априорного закона, известного как «категорический императив». Этот императив в свою очередь идеален, то есть он лишен связи с конкретными предметами и с реальными событиями. Для того чтобы соблюдать категорический императив индивид должен следовать, голосу «практического разума», который одновременно охватывает этику и право. Сам категорический императив можно охарактеризовать следующими словами – человек, это не средство, а цель. Развивая эту идею, И. Кант приходит к мысли о том, что человека нельзя использовать ни для осуществления каких-либо планов, ни даже во имя всеобщего блага [1].

Это то, что касается этической стороны вопроса. Теперь – о войне. Отношение Канта к войне выражено в трактате «К вечному миру», который по своей сути представляет проект международного договора между странами. В нем он ратовал за невмешательство во внутренние дела государств, за соблюдение международных договоров и развитие между ними культурных и экономических связей. Основное содержание этих статей сводится к тому, чтобы посредством международной интеграции и этического осуждения войны в отдаленном будущем установить так называемый «Вечный Мир» [2]. Для этого вечного мира, страны должны прийти к всеохватывающей федерации самостоятельных равноправных государств, построенных по республиканскому типу. Залогом для вечного мира должны, в свою очередь, явиться просвещение и воспитание народов, экономическая и коммерческая интеграция стран.

Война же виделась Канту в корне своей аморальной, бессмысленной, неразумной и неправовой: он ни в какой мере не признает войну, ни вообще какой-либо силовой способ разрешения конфликтов, за исключением обороны.

Война в представлении Г. Гегеля. Философское учение Гегеля слишком объемное, чтобы полностью в рамках данной публикации рассмотреть его этические воззрения. Поэтому разумно сразу перейти к рассмотрению моральных аспектов войны в системе немецкого мыслителя.

Саму по себе войну Гегель не считал каким-то абсолютным злом, или чисто внешней случайностью, но, в зависимости от каждого конкретного случая – нравственной или, напротив, безнравственной. Отношения между странами, по его мнению, не могут строиться на принципах международного права, так как оно есть, по его мнению, «не более чем сфера идеального должностования» [3]. По отношению же друг к другу, страны находятся в состоянии *Bellum omnium contra omnes*, то есть войны всех против всех, или, иначе, в естественном состоянии, в котором каждый субъект международной политики обладает своей ничем не ограниченной волей.

Конечно при беглом знакомстве с «философией права», может сложиться впечатление, что Гегель является в какой-то мере милитаристом. Но речь идет скорее не о конкретном «праве применения» войны, а о самом принципе, который допускает силовое разрешение конфликтов. Подтверждение этому мы можем найти в философии права, которая не отрицает возможность, пусть и в будущем, договорных и правовых отношений между государствами. При этом он довольно сильно критиковал идею Вечного мира И. Канта, особенно ту часть, где говорилось о союзе и федерации отдельных государств, так как, по его мнению, подобный союз бы противоречил объективному духу каждого государства.

Гегель не считал войну между государствами – войной между частными правоспособными лицами, семьями, и другими субъектами, составляющими само государство и общество, ибо государство в его концепции есть ни что иное, как отдельный, отделенный от составляющих его субъектов, объективный дух [4]. Т. е. во время и в результате войны, по его мнению, не должны

уничтожаться внутренние общественные институты, такие как частная собственность, возможность к мирной жизни и т. п.

В принципе, при вольной трактовке учения Гегеля, можно найти основания для каких-то противоправных действий, особенно во время международных кризисов и обострении противоречий, но подобное основание и оправдание продиктовано больше невозможностью мирного разрешения конфликтов в начале XIX в., и специфическим положением Германии в XVIII–XIX вв.

И. Бентам – логика войны в утилитарной этике. Бентам не настолько известен широкой общественности, как Кант или Гегель, хотя в западной философии, особенно в Англии и США он до сих пор пользуется даже большей известностью, чем два упомянутых нами ранее философа. Тем не менее, Иеремия Бентам является одним из основателей так называемого утилитарного подхода, или утилитарной философии (от лат. *utilitas* – польза, выгода) в рамках классической либеральной традиции, которая так или иначе влияет как на международную политику, в том числе и на концепцию войны, и на нашу повседневную жизнь по сей день.

В основе его философии лежит принцип пользы в частной и политической жизни людей. Понятие пользы он трактовал как свойство или способность предмета или поступка предохранять от какого-либо зла или напротив, предоставить какие-либо блага. Зло – это, прежде всего, «боль, страдание, или причина страдания», благо, напротив, – «удовольствие или причина удовольствия» [5, с. 35]. Цель человека в жизни, по его мнению, – избегание страдания и получение удовольствия. Мораль он характеризовал как искусство направлять действия людей для наибольшего счастья наибольшего числа людей. Это есть предмет политики и государства [2]. При этом он критиковал идеи естественных и неотчуждаемых прав, называя их фикцией, считал, что свобода равенство и справедливость есть ни что иное, как средства, или, как он сам высказывался, «вещи почетные, но не безусловные».

Развивая свое учение, он, вслед за Кантом, но несколько с иных позиций, критиковал саму идею агрессивной войны, колониальные режимы и вмешательства в дела других государств. Главная проблема в вопросах войны и мира в утилитарном учении Бентама – это абсолютизация идеи общего блага, из которой легко можно прийти к выводу, что для блага нации необходима агрессивная и захватническая война. По сути, такая этика – это недоработанное отрицание этики, или этика с бомбой замедленного действия. Ведь от идеи о том, что война – это зло, поскольку несет определенные моральные издержки, до идеи – что эти издержки ниже, чем блага, в перспективе полученные от войны, – «рукой подать».

Г. Спенсер – воинственность versus промышленность. Морально-этические взгляды Герберта Спенсера можно выразить как утилитаризм наоборот. Т. е. индивиды существуют не для блага общества, а общество для блага индивидов [2]. Он не явно признавал естественное право и примат так называемого «этического чувства» над пользой.

В своих работах Г. Спенсер противопоставлял два типа организации общества – военное и промышленное [6]. Военный тип общества можно охарактеризовать как общество, в котором какой-либо труд, кроме охоты и войны, считается общественно порицаемым. Отличительные черты такого общества – это постоянные военные конфликты, истребление и порабощение побеждённого победителем; централизованный контроль над государством, которое вмешивается в промышленность, торговлю и духовную жизнь, контроль, насаждающий однообразие, пассивное повиновение, безынициативность. В таком обществе имеется культ личности вождя, причем не столько конкретного, сколько самой роли племенного, национального лидера. Доминирующей деятельностью в военном обществе является защита и завоевание территории. Такие типы общества существуют там, где отсутствует развитая (с точки зрения Европейца) этическая система ценностей и развитая кооперация труда (то есть разделение труда), а подчинение и повиновение правительству (от древнего вождя – до современного Спенсеру императора) ставится выше повиновения совести. Военный тип организации относится не обязательно только к архаичным обществам, но и вообще к любой централизованной автократии. Если соблюдается ряд условий, в числе которых дифференциация ролей в обществе, т. е. неравенство во власти, собственности, престиже, если просматривается тенденция к усилению специализации ролей, и если обще-

ство классифицируется, т.е. делится на экономические, политические, национальные, религиозные и профессиональные классы, – то это создает предпосылки для спонтанного перехода к промышленному обществу.

Суть эволюции от простого общества, через военное – к промышленному обществу и цивилизации заключается в изменении, во-первых, отношения к войне, во-вторых, в отношении к труду. Промышленное общество стремится уже не к завоеванию новых территорий, а к оседлому образу жизни, к добровольной кооперации, к независимости от правительства, к повиновению своей совести, а не декретам. Меняется сам характер правления, оно становится более демократическим и децентрализованным. По мнению Г. Спенсера, основной дихотомией прошлого и будущего будет противостояние военных и промышленных обществ, военных и торговых империй, подтверждение чему мы видим в конфликтах XX в., в противостоянии автократий и открытого общества.

Теперь перейдем к принципиально иному направлению философской мысли XIX в., а именно – к философии Ницше.

Ф. Ницше о войне. Многие как дилетанты, так и профессионалы, обвиняют философию Ницше во всех «смертных грехах» XX в.: от влияния на Муссолини и Гитлера с последующим формированием фашистской и национал-социалистической идеологии, до основания им разлагающей, постмодернистской философии. Я попробую здесь предельно кратко и ясно рассмотреть его воззрения на мораль и на войну.

Ницше, как известно, отрицал мораль в традиционном смысле этого слова, хотя он не в коем случае не отвергал ценностей, которыми должны руководствоваться люди в своих поступках. Просто он заменял их другими. В качестве высшей ценности Ницше выделял максимальное количество власти, которое человек в состоянии усвоить [7], т. е. волю к власти. Но волю к власти ни в коем случае не следует понимать буквально. «Воля к власти», по Ницше, – это скорее воля к жизни, инстинкт подъема, стремление человека быть выше себя. Эта воля по своей сути аристократична, элитарна, она противопоставлялась *рабской* воли к власти, господству толпы, которое, по мнению Ницше, есть ни что иное, как воля к смерти, ведущая к вырождению культуры, декадансу, к пустоте.

Ницше придерживался довольно оригинальной трактовки идеи естественного права. Право, по его мнению, начинается с силы, ибо это право – вторичная производная от аристократической воли к власти, к жизни. Это право строится на праве необходимой обороны и праве необходимой агрессии. Необходимая агрессия в свою очередь признается такой только в случае победы агрессора, установлении аристократического порядка.

Следует добавить, что под войной Ницше подразумевал не только военный конфликт, но и вообще всякую борьбу в потоке становления. Например, преобразование природы под руководством потребностей человека – это тоже война. Ницше ни в коем случае не жаловал войну между народами саму по себе. Просто он считал, что при определенных условиях она способствует выработке старой-новой высокой культуры, делает выживших в ней сильными, хотя зачастую она так же оглушает победителя, озлобляет побежденного.

Итак, в этой работе я рассмотрел пять, по моему мнению, системообразующих, направлений западной философии XIX в. на предмет обоснования, критики войны, военных действий, конфликтов и борьбы. Ни один из выше указанных философов не дает прямого морального оправдания для завоевательного кровопролития, но в тоже время, не считая идеи справедливости оборонительной войны, многие из них дают обширное поле деятельности для всякого рода морально-этических спекуляций, вроде абсолютизации утилитаризма, из которого можно сделать вывод о приемлемости войны «во благо», или идеи субъективности международного права Гегеля, которое само по себе можно трактовать *casusbelli* для каких-то противоправных действий. В целом, при последовательной трактовке философских учений XIX в., трудно найти оправдание для войны. Другое дело, что переосмысление их идей может заложить и, возможно, заложило концептуальные основы для вульгаризации и милитаризации всей философии того времени.

Библиографический список

1. Кант И. Собр. соч.: в 6 т. М.: Мысль, 1965. Т. 4. Ч. 1. 544 с.
2. История политических и правовых учений: учебник для вузов / Под ред. В. С. Нерсесянца. М.: НОРМА-ИНФРА, 1998. 736 с.
3. Нерсесянц В. С. Философия права Гегеля. М.: Юрист, 1998. 352 с.
4. Гегель Г. В. Ф. Философия права: Пер. с нем. / Ред. и сост. Д. А. Керимов и В. С. Нерсесянц. М.: Мысль, 1990. 524 с.
5. Бентам И. Тактика законодательных собраний: Пер с англ. Челябинск: Социум. 2006. 199 с.
6. Спенсер Г. Научные основания нравственности: индукция этики; этика индивидуальной жизни: Пер. с англ.; изд. 2-е. М.: ЛКИ, 2008. 248 с.
7. Воля к власти / Ф. Ницше, сборник: Пер. с нем. М.: ЭКСМО; Харьков: Фолио, 2003. 860 с.

УДК 629.735.33

В. В. Савельева

студент Учебного военного центра

С. Ю. Коломийцев

канд. филос. наук – научный руководитель

ПРОБЛЕМА ПАТРИОТИЗМА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ

Долгое время патриотизм было понятием достаточно обширным. Он распространялся на всю огромную державу. Русский патриотизм был многоликим и многонациональным. Русские строили огромную империю и любили каждый завоеванный кусочек земли.

Также во времена Царской России понятие патриотизма было связано с традициями православной культуры. Оно заключалось в готовности отказаться от себя, пожертвовать всем ради страны.

Уже во времена Петра I патриотизм считался выше всех добродетелей и практически становится государственной идеологией, слова «Бог, Царь, Отечество» отражают главные ценности времени. Русский солдат служил не ради чести своей или императора, а в интересах государства. Но не только с военной службой связывали понятие патриотизма, гражданскому патриотизму тоже имело место быть. Иначе он назывался «сознательным патриотизмом». Сознательный патриотизм был хорошо охарактеризован русским философом и патриотом Василием Розановым: «Счастливую и великую Родину – любить не велика речь. Мы должны любить ее именно когда она слаба, мала, унижена, глупа, наконец порочна. Именно, именно когда наша мать «пьяна», лежит и вся запуталась в грехе, – мы и не должны от нее отходить» [1, с. 409].

Также в Российской Империи существовала система образовательных учреждений, позволяющих эффективно решать задачи патриотического воспитания.

Кадетские корпуса в России начали создаваться в XVIII в. для подготовки молодых людей прежде к военной и гражданской службе.

Итак, можно сделать вывод, что во времена Петра I уровень патриотического воспитания был очень высок. Имперский патриотизм не имел четко выраженного лица. Конечно, есть в имперской культуре национальная основа – культура народа, создавшего империю. Однако имперская культура легко и охотно воспринимает влияние извне, влияние покоренных народов.

Какой же была система патриотического воспитания в Советской России? В советское время делали довольно сильный упор на патриотическое воспитание. Оно тесно перекликалось с идеологической составляющей политического режима. Но в целом имело ряд отличий от царской системы. Воспитание от мала до велика проходило в рамках октябрятского, пионерского, комсомольского движений. Было создано Всесоюзное добровольное общество содействия армии, авиации и флоту. Существовало множество молодежных военно-патриотических организаций. Было принято постановление о Суворовских и Нахимовских училищах.

Все это объединялось высокой идеей – служение народу и стране, что в конечном итоге рождало в молодом человеке чувство любви к Родине.

Начало 90-х – период развала СССР. В это время происходит смена культурно-ценностных основ, общество отказывается от старых норм и устоев, преобладает западная идеология. Мыслитель И. А. Ильин утверждал, что Россия нуждается больше всего в самостоятельном национальном творчестве, в углубленном, свободном созидании, исходящем из любви к Родине. Ни один народ в мире не имел и не имеет ни такой территории, ни такого национального состава, ни такой истории, как Россия... Россия не должна гоняться за чужими отвлеченными формами жизни. Русский человек должен перестать поклоняться чужим идолам [2].

В современной ситуации России как никогда необходимо возрождение духовности, воспитание населения, особенно молодежи, прекратить пропаганду жестокости, насилия и терроризма. Нынешним миром правят эгоизм, прагматизм и культ материального превосходства, множится равнодушие и одиночество. Материальный фактор, возможность уехать за рубеж в поисках лучшей жизни пересиливает привязанность к своей стране. Любому человеку необходимо понять одну вещь. Патриотизм – это понимание собственного участия, который подтверждается ежедневной работой на благо своей Отчизны.

В философии сущность патриотизма истолковывается как «нравственный и политический принцип, социальное чувство, содержание которого является любовь к Отечеству, преданность ему, гордость за его прошлое и настоящее».

Истинный патриот никогда не станет недоброжелателем своей страны. Патриот тот, кто делает все для своей страны и исходит из ее интересов. Не может быть сильным ни государство, ни общество, если они не объединены чувством любви и преданности своему отечеству.

На сегодняшний день очень важно не растерять и сохранить культурное наследие, обычаи и традиции наших предков.

Русский философ И. А. Ильин подчеркивает важную роль национальной культуры в воспитании ребенка. Патриотизм рассматривается Ильиным как любовь к родине, которая является духовной реальностью, воспринимаемая духовным опытом. Любить родину – любить в ней то, что действительно заслуживает любви [2]. Особо значима идея Ильина, что для обретения «чувства Родины» человеку необходимо обрести личную духовность в том, что мой Народ тоже получил дары Святого Духа, принял их, творчески их притворил. Патриот принимает многовековое творчество своего народа как отправной пункт своего собственного творчества [2].

Я считаю, что проблема, которую стоит обсудить в первую очередь, это отсутствие достойных примеров патриотизма, а если они и есть, то о них зачастую узнают случайно или не говорят.

В сознании советского человека был прочно сформулирован образ защитника Отечества, добра, образ героя (В. П. Чкалов) и образ героического акта (легендарный подвиг 28 Панфиловцев). Эти образы представляют собой образец патриотизма, мужественности, гордости. А что говорить о нынешнем поколении – многие даже не могут назвать годы Великой Отечественной Войны.

Еще одной проблемой современной России является влияние Интернета и ТВ на подрастающее поколение. Пока государство будет поощрять и оставлять всю грязь безнаказанной, общество будет гнить.

Хотелось бы коснуться еще одной проблемы. Сегодня наше государство находится в очень тяжелом положении на международной политической арене, применяется множество недоброжелательных к России сил. Конечно, такая ситуация не могла не повлиять на россиян. Любовь к Родине стала мощным национальным побудительным мотивом в общественном сознании. Патриотизм стал своего рода защитной реакцией к таким пропагандируемым лозунгам: «Российская агрессия – пролог новой межконтинентальной войны», «Россия является спонсором террористических организаций», «Россия не способна развиваться без помощи других стран». Естественно, у народа возникает ответная реакция на различного рода национальное, культурное, территориальное ущемление. Довольно опасно, что эта защитная реакция может проявляться в разных формах – вплоть до крайнего национализма. Это и есть главная проблема нынешней

молодежи. Понятие национализм для одних людей оказывается синонимом патриотизма с положительно сильной нравственной оценкой. Все-таки необходимо осознавать, что это совершенно разные понятия. Национализму присущи враждебность, стремление к превосходству нации. Патриотизм – чувство ценности и необходимости для жизни каждого человека, его включения в большую целостную индивидуальность народа.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что процесс патриотического воспитания современной молодежи находится на стадии становления. Безусловно, об этом могут свидетельствовать концентрации государственного интереса в становлении патриотической политики. Для организации эффективной деятельности системы патриотического воспитания необходимо непосредственное участие в ее создании первых лиц нашего государства, широкое использование потенциала отечественной науки, культуры и искусства.

Задача современной молодежи России – сохранить человеческий потенциал, победить безнравственность, вытеснить насаждаемые извне, чуждые взгляды. Развив патриотизм, Россия сможет возродиться.

Библиографический список

1. Розанов В. В. Опавшие листья // Сумерки просвещения / Сост. В. Н. Щербаков. – М.: Педагогика, 1990. – 624 с.
2. Ильин И. А. О России / Сост. М. Г. Жуковой. – М.: Издательство Сретенского монастыря, 2006. – 224 с.

УДК 008.2+001.18

И. А. Ситников

студент кафедры вычислительных систем и сетей

Л. В. Кудря

научный руководитель

ТРАНСГУМАНИЗМ В РОССИИ

Термин «трансгуманизм» впервые был введен в 1957 г. английским биологом Джулианом Хаксли. Идейными предшественниками современных трансгуманистов в основном считают мыслителей 20–50-х гг. – биолога Дж. Б. С. Холдейна, физика Дж. Д. Бернала, палеонтолога П. Тейяр де Шардена и многих других.

Позднее, в своей современной форме трансгуманизм был изложен в лекциях Ф. М. Есфандиари. Р. Эттингер, М. Мински, Э. Дрекслер так же внесли свой вклад в его развитие. Основные трансгуманистические направления, такие как иммортализм, искусственный интеллект, нанотехнологии, опираются в основном на их идеи.

Исходя из этого видно, что все имена, связываемые с идеями трансгуманизма, принадлежат в основном англоязычным представителям Запада. Однако существует мнение, что многие из идей, относимых сегодня к трансгуманистическим, впервые возникли или развились в России.

Философия русского космизма, несомненно, послужила основой современному трансгуманизму (Н. Ф. Фёдоров, В. И. Вернадский, К. Э. Циолковский, А. Л. Чижевский, А. П. Сухово-Кобылин, В. Ф. Купревич и др.). А предшественником космизма можно назвать А. Н. Радищева («О человеке, его смертности и бессмертии») и В. Ф. Одоевского (роман «4338 год»). Как продолжение русского космизма следует рассматривать возникшее в 20-е гг. XX в. литературное движение биокосмистов-имморталистов (А. Святогор (А. Ф. Агиенко), А. Б. Ярославский). Пару слов о космизме как таковом зачитаем у Исаковой Н. В. – Феномен глобальности в философии русского космизма: «В середине XIX века в России в результате взаимовлияний естественных и гуманитарных дисциплин на почве самобытной культуры России возникло своеобразное течение мысли (или по выражению Н. Н. Моисеева – умонастроение), получившее определение

«русского космизма». ... Духовный, научный и творческий потенциал русского космизма, его проективная направленность и оптимистический взгляд на будущее делают это течение все более привлекательным для наших современников» [3].

Не смотря на то, что в 30-е–40-е гг. движение биокосмистов-иммортиалистов было разгромлено, а многие из последователей русского космизма были физически уничтожены, их идеи обрели новую жизнь – в частности, во Франции в виде учения о ноосфере, сформулированного Э. Леруа и П. Тейяр де Шарденом под влиянием лекций, прочитанных В. Вернадским в 20-е гг. в Сорбонне.

Конечно, среди современных трансгуманистов на Западе далеко не все знают о русском космизме и его влиянии на трансгуманизм, но осознание роли русского космизма имеет место. Автор книг «Перспективы бессмертия» и «От человека к сверхчеловеку», а так же один из первых идейных трансгуманистов Р. Эттингер в предисловии к первой из этих книг на русском языке прямо упоминает философию общего дела Н. Фёдорова, и на интернет-сайте европейской крионической организации «Cryonics Europe» размещаются цитаты Фёдорова.

В России же на учение Фёдорова в значительной мере опирается крупный современный философ И. В. Вишев, развивающий научный иммортализм – важнейшую составную часть современного трансгуманизма. Последователем Фёдорова считает себя и криобиолог Ю. Пичугин.

Преемственность между русским космизмом и трансгуманизмом несомненна. Уже у Фёдорова мы находим положения о необходимости направленной дальнейшей эволюции человека, борьбе со старением и смертью: «Как ни глубоки причины смертности, смертность не изначальна; она не представляет безусловной необходимости.» [5, с. 201], что в современном движении трансгуманистов-иммортиалистов является основной идеей. Кроме того, Фёдоров предлагал восстанавливать человеческие существа, собирая их из мельчайших частиц материи. Это можно рассматривать как первое предложение того, что сейчас называют нанотехнологией, и что составляет основную надежду современных трансгуманистов – в XIX в., когда само существование атомов еще было гипотезой, которую принимали далеко не все ученые.

В. И. Вернадский сформулировал концепцию ноосферы (сам термин предложен французским математиком и философом Э. Леруа). По его мнению: «Человечество, взятое в целом, становится мощной геологической силой. И перед ним, перед его мыслью и трудом, становится вопрос о перестройке биосферы в интересах свободно мыслящего человечества как единого целого.» [2, с. 10], – т. е. ноосфера, эта материальная оболочка Земли, которая может быть изменена деятельностью людей. Концепция ноосферы была развита П. Тейяр де Шарденом, он представлял разум как пламя, в котором греется земной шар и которое постепенно охватывает планету, образуя ее новый покров: «Земля не только покрывается мириадами крупинки мысли, но окутывается единой мыслящей оболочкой, образующей функционально одну обширную крупинку мысли в космическом масштабе. Множество индивидуальных мышлений группируется и усиливается в акте одного единогодушного мышления. Таков тот общий образ, в котором по аналогии и симметрично с прошлым мы можем научно представить себе человечество в будущем» [4, с. 365]. Его идеи, в свою очередь, легли в основу теории современного трансгуманиста, физика-теоретика Ф. Типлера.

П. И. Бахметьев, русский биофизик начала XX в., впервые доказал экспериментально, что млекопитающие могут переносить охлаждение до температуры ниже 0°C. Он также обосновал возможность длительного сохранения человека в состоянии глубокого замораживания с целью его размораживания в будущем, когда это позволит наука. Он писал: «Мы останавливаем рукой маятник, и часы останавливаются, они умолкают – они более не живут, но и не умерли, так как стоит лишь толкнуть маятник – и они снова пойдут, заживут прежней жизнью.» [1, с. 616].

В 1962 г. Роберт Эттингер выпустил книгу «Перспективы бессмертия» (The Prospect Of Immortality), которая привлекла внимание общественности и послужила началом формирования крионического движения. Основной аргумент Эттингера заключается в следующем: «...нам всего лишь требуется, чтобы после смерти наши тела были заморожены и хранились в таком состоянии до того времени, когда наука сможет помочь нам» [6]. И уже в 1968 г. было создано Криони-

ческое Общество Мичигана, в наши дни известное как Имморталистическое общество (Immortals Society).

В современной России рассматривается несколько взаимодействующих слоев носителей идей трансгуманистического круга. Во-первых, это участники так называемого Фёдоровского движения – С. Г. Семенова, А. Г. Гачева, В. П. Васильев, Б. Г. Режабек и др. Среди них особенное внимание уделяется религиозным и этическим аспектам взглядов Н. Ф. Фёдорова. К сожалению, его последователями называют себя несколько групп, ориентирующихся на парапсихологию, «эзотерику», восточные мистические практики и т. д. – круг идей, не имеющих решительно никакого отношения к наследию Фёдорова, Циолковского и Вернадского.

Второй слой – те современные российские имморталисты и трансгуманисты, которые пришли к своим идеям независимо от наследия русского космизма. Как правило, это представители естественных наук. Среди них можно упомянуть Я. И. Корчмарюка который, развивая взгляды российских ученых Н. М. Амосова, В. М. Глушкова, Э. М. Куссуля и, особенно, теорию функциональных систем П. К. Анохина сформулировал свою сеттлеретику – «новую междисциплинарную науку» о переселении личности на новые физические носители.

Крупнейшей группой российских трансгуманистов является Российское трансгуманистическое движение (Д. А. Рязанов, И. В. Вишев, Д. А. Медведев, И. С. Алмазов, А. Н. Гордеев, А. А. Ерёмин, И. В. Артюхов и др.) Она существует в виде интернет-сообщества, сложившегося вокруг сайтов transhumanism-russia.ru и bessmertie.ru.

Деятельность участников РТД в основном ориентирована в имморталистическом направлении. Они сотрудничают с несколькими российскими исследователями и группами, ставящими своей целью увеличение продолжительности человеческой жизни.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что русский космизм нашел свое продолжение в виде мирового трансгуманизма, частично являясь его основой.

Библиографический список

1. Бахметьев П. И. Как я нашел анабиоз у млекопитающих / Природа, 1912, № 5. – С. 605–622.
2. Вернадский В. И. Несколько слов о ноосфере. (пункт 10). [электронный ресурс] // url: http://lib.ru/FILOSOF/WERNADSKIJ/noos.txt_with-big-pictures.html (дата обращения – 29.03.2015).
3. Исакова Н. В. Феномен глобальности в философии русского космизма. [электронный ресурс] // url: <http://cosmizm.ru/c402n-v-isakova-fenomen-globalnosti-v-filosofii-russkogo-kosmizma/> (дата обращения – 29.03.2015).
4. Тейяр де Шарден П. Феномен человека: Сб. очерков и эссе / пер. с фр./ Сост. и предисл. Ю. В. Кузнецов. – М.: Издательство АСТ, 2002. – 553 с.
5. Фёдоров Н. Ф. О смертности / Собрание сочинений: в 4-х тт. Том II. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1995. – 544 с.
6. Эттингер Р. Перспективы Бессмертия [электронный ресурс] // url: http://www.ordodeus.ru/Ordo_Deus4daf.html (дата обращения – 29.03.2015).

УДК 94(47).073

К. К. Тихоньких

студент учебного военного центра

А. А. Черноусов

канд. ист. наук – научный руководитель

БОЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ НА ЛУЖСКОМ ОБОРОНИТЕЛЬНОМ РУБЕЖЕ В ИЮНЕ–СЕНТЯБРЕ 1941 ГОДА

Лужский оборонительный рубеж (Лужская оборонительная позиция) – комплекс оборонительных сооружений в Ленинградской и Новгородской областях, построенный в июне-августе 1941 г. с целью задержать наступление группы армий «Север» на Ленинград.

Лужский оборонительный рубеж по своей значимости являлся не просто последним естественным рубежом обороны Ленинграда, но и был первой, с момента начала войны, оборудованной в инженерном отношении позицией, общей протяженностью около 250–280 км. Впервые была создана полоса предполья на рубеже реки Плюсса, на которой противника сдерживала 191-я стрелковая дивизия. Минирование предполья лужской позиции выполняли саперы 106-го отдельного мотоинженерного батальона, курсанты Ленинградского инженерного училища и понтонеры 42-го понтонно-мостового батальона. Однако в связи с тем, что отряды заграждения из 191-й стрелковой дивизии поздно прибыли на позиции, минирование, разрушение дорог и сооружений проводилось без учета требований руководящих документов и привязки к предстоящим боевым действиям. Мероприятия рекогносцировки местности, планы по ее оборудованию и начало активных работ были начаты уже в конце июня под руководством генерал-лейтенанта К. П. Пядышева. При этом директива Ставки ВГК о подготовке оборонительного рубежа на дальних подступах к Ленинграду поступила в адрес Военного совета Ленинградского военного округа только 5 июля 1941 г. [8]. К тому времени работа шла полным ходом и осуществлялась созданным для этого управлением строительства № 1, командирами строительных отрядов которого назначались: офицеры и курсанты военно-инженерных училищ, специалисты-строители из Ленинграда. Руководство строительством на местах работ осуществляли управления начальников строительства и отдельные стройучастки. Они были созданы на базе Высшего военно-морского инженерно-строительного училища, военно-инженерного училища, а также ряда стройорганизаций. Планом намечалось сооружение трех рубежей: первый – от Финского залива по рекам Луга и Мшага на Шимск до озера Ильмень; второй оборудовался по внешнему кольцу окружной железной дороги, по линии Петергоф–Красногвардейск–Колпино и занимался войсками вторых эшелонов армий; третий проходил непосредственно по окраинам города. Одновременно планировалось создать семь секторов обороны в самом городе [2].

К сожалению, полностью оборудовать первый рубеж не удалось, после захвата Пскова 9 июля, не дожидаясь подхода основных сил, 41-й моторизованный корпус генерала Райнхардта двинулся на Лугу, а 56-й моторизованный корпус генерала Манштейна – на Новгород. Оборону на лужской позиции успели занять 191-я стрелковая дивизия, 1-я дивизия народного ополчения, 1-я отдельная горнострелковая бригада, курсанты Ленинградского Краснознаменного пехотного училища имени С. М. Кирова и Ленинградского стрелково-пулеметного училища. В резерве находилась 24-я танковая дивизия, а к линии фронта выдвигалась 2-я дивизия народного ополчения. На позиции боевого охранения находилась 177-я стрелковая дивизия расположившаяся в предполье [1]. Соединения и части оборонялись на широком фронте. Между ними имелись промежутки в 20–25 км, не занятые войсками. Некоторые важные направления, например кингисеппское, оказались неприкрытыми. На лужском направлении еще велись интенсивные работы, строительство рубежа было еще далеко от завершения.

Выйдя к поселку Плюса, 11 июля, немецкие дивизии натолкнулись на упорное сопротивление. Бойцы 177-й стрелковой дивизии боролись за каждый важный населенный пункт и узел сопротивления. Несмотря на это, немецкое командование продолжало подтягивать подкрепления из-под Пскова и 13 июля, пользуясь численным перевесом, противнику удалось вклиниться в полосу обеспечения, но утром следующего дня передовые отряды 177-й стрелковой и части 24-й танковой дивизий, поддержанные мощным огнем артиллерии, выбили его из предполья и вновь заняли позиции по реке Плюсса [2]. Немецкие войска на Лужском направлении были остановлены.

После неудавшегося удара на Лугу, генерал Райнхардт попробовал двинуть свои танки и батальоны бронетранспортеров, в сторону от дороги Псков–Луга в обходном маневре, стремясь охватить оборонявшиеся советские части, он столкнулся с тем, что местность справа и слева от шоссе практически не подходит для действий бронетехники. Ведение широкомасштабных операций стало невозможным. Танки утратили главное свое преимущество – скорость и маневренность. В то же время наземная и воздушная разведка 4-й танковой группы установила, что на левом фланге, в низовьях реки Луги, располагались довольно незначительные силы советских

войск. Гепнер развернул 1-ю и 6-ю танковые дивизии на север, оставив на лужском направлении 269-ю пехотную дивизию. 14 июля, пройдя форсированным маршем около 160 км, 6-я танковая дивизия с помощью 800-го полка особого назначения «Бранденбург» захватила неповрежденными два моста через Лугу у деревни Ивановское. Данный маневр не остался незамеченным для разведки Северного фронта, за перегруппировкой немецких войск следила и воздушная разведка. В связи с этим командование фронта принимало срочные меры для прикрытия кингисеппского участка. Была ускорена отправка на это направление 2-й дивизии народного ополчения, сформированной из добровольцев Московского района Ленинграда и танкового батальона Ленинградских Краснознаменных бронетанковых курсов усовершенствования командного состава (ЛБТКУКС). 14 июля немецкие войска в составе усиленного моторизованного батальона из состава 1-й танковой дивизии вышли к реке Луга у Большого Сабска и к 22 часам создали плацдарм на восточном берегу. Несколько дней, вплоть до 17 июля, продолжался ожесточенный бой отряда курсантов Ленинградского пехотного училища имени С. М. Кирова с частями 1-й танковой дивизии противника. Курсанты стойко держались благодаря хорошо подготовленным позициям. Значительную помощь обороняющимся войскам оказали береговые батареи, которые своим огнем уничтожали скопления немецкой пехоты, разрушали переправы, наносили удары по танковым и механизированным частям и артиллерийским батареям. В дальнейшем генерал Райнхардт, оставив заслоны у Большого Сабска, стал концентрировать силы 41-го корпуса на плацдарме у деревни Ивановское, чтобы прорваться к шоссе Кингисепп–Красное Село, и по нему – к Ленинграду [4].

Тем временем, на левом фланге советских войск, 56 моторизованная дивизия генерала Манштейна, прорвалась в район юго-западнее Шимска. Такое положение, создавало угрозу обхода всего лужского рубежа с юга и последующего охвата его со стороны Новгорода в северо-западном направлении. Поэтому командующий Северо-Западным фронтом генерал-майор П. П. Собенников своей директивой № 012 от 13 июля 1941 г. приказал войскам 11-й армии генерала В. И. Морозова, осуществить контрудар и восстановить положение в районе города Сольцы. 14 июля часть соединений Северо-Западного фронта (включая три дивизии, переданные из Северного фронта) нанесли контрудар по 56-му моторизованному корпусу генерала Манштейна с севера. С юга на Ситню наступали части 183-й стрелковой дивизии 27-й армии. С воздуха наступающие соединения поддерживали четыре авиационные дивизии Северо-Западного и Северного фронтов. Замысел командующего 11-й армией состоял в том, чтобы ударом по сходящимся направлениям во фланг и тыл противника окружить его войска, рассечь и уничтожить их. В четырехдневных боях была разгромлена немецкая 8-я танковая дивизия, хотя ей и удалось вырваться из окружения, но для восстановления ее боеспособности потребовался целый месяц. Части 56-го моторизованного корпуса были отброшены на 40 км к западу. Германское командование, напуганное контрударом советских войск, 19 июля приказало прекратить наступление на Ленинград и возобновить его только после того, как к Луге подойдут основные силы 18-й армии. Контрудар 11-й армии Северо-Западного фронта временно устранил угрозу прорыва немецких войск к Новгороду. Однако советские войска тоже понесли большие потери и 19 июля перешли к обороне, а к 27 июля с боями отступили на подготовленные позиции Лужского рубежа. Но локальная победа имела и обратную сторону. Несмотря на успех контрудара он имел ряд явных недостатков: расход резервов, растягивание позиций, опорных пунктов и увеличение расстояния между ними, контрудар не был поддержан наступлением войск на других участках обороны, что не могло привести к повсеместному развитию успеха. Тем не менее, удар под Сольцами, заставил немецкое командование отказаться от активных действий до подхода подкреплений.

23 июля вышла Директива штаба Северного фронта № 3049 разделявшая всю линию лужского рубежа на Кингисеппский, Лужский и Восточный сектора. В состав Кингисеппского сектора входили 90-я, 118-я, 191-я стрелковые дивизии, 2-я и 4-я дивизии народного ополчения, 1-я танковая дивизия, Ленинградское пехотное училище части береговой обороны Балтийского флота. В состав лужского сектора входили 111-я, 177-я, 235-я стрелковые дивизии, 24-я танковая дивизия. В состав восточного сектора были назначены 70-я, 237-я, 128-я стрелковые дивизии,

21-я танковая дивизия, 1-я дивизия народного ополчения а так же 1-я горно-стрелковая бригада. Для исключения возможности десанта в обход оборонительных позиций, 28 июля на озере Ильмень из судов речного пароходства была создана Ильменская флотилия [9].

Таким образом, силы лужской и новгородской оперативных групп, были достаточно велики и занимали относительно хорошо подготовленные для обороны позиции. Но недостаточная глубина эшелонирования соединений, частей и подразделений оставляли желать лучшего, был так же ряд ошибок и недочетов допущенных при строительстве оборонительных сооружений на Лужском рубеже. Незначительная плотность огневых сооружений, а также тактические и технические недочеты при строительстве (амбразуры преимущественно фронтального действия, малая сопротивляемость сооружений крупным калибрам артиллерии противника и поражения с воздуха, недостаточная маскировка сооружений), делали систему обороны на дальних подступах к Ленинграду на ряде участков малоустойчивой.

Большое влияние на исход борьбы советских войск в июле на ленинградском направлении оказала Смоленская оборонительная операция войск Западного фронта. Остановив в конце июля восточнее Смоленска группу армий «Центр», войска Западного фронта лишили противника возможности осуществить планировавшийся им удар 3-й танковой группы из района севернее Смоленска по флангу и тылу войск Северо-Западного фронта [3].

Затишье, возникшее в конце июля, использовали обе стороны, Советские Войска продолжали укреплять рубежи обороны на дальних, ближних подступах к Ленинграду. Немецкое командование тем временем сосредотачивало силы для удара по трем направлениям. Ударная группировка «Север» в составе 41-го моторизованного корпуса (1-я, 6-я и 8-я танковые дивизии, 36-я моторизованная дивизия, 1-я пехотная дивизия) 38-го армейского корпуса (58-я пехотная дивизия) и 1-го авиационного корпуса должна была нанести удар с плацдармов Ивановское и Сабск через Копорское плато в направлении Ленинграда. Ударная группировка «Луга» в составе 56-го моторизованного корпуса (3-я моторизованная дивизия, 269-я пехотная дивизия, Полицейская дивизия СС) наносила удар вдоль шоссе Луга–Ленинград в направлении Ленинграда. Ударная группировка «Шимск» в составе 1-го армейского корпуса (11-я, 22-я пехотные дивизии и часть 126-й пехотной дивизии), 28-го армейского корпуса (121-я, 122-я пехотные дивизии, моторизованная дивизия СС «Тотенкопф» и 96-я пехотная дивизия в резерве), 8-го авиационного корпуса должны были нанести удар на новгородско-чудовском направлении, обойти Ленинград с востока и соединиться с финскими войсками. В итоге, немецким командованием было решено взломать советскую оборону на флангах, а на лужском направлении был оставлен минимум сил для сковывания советских войск. Основная идея немецкого наступления на Ленинград заключалась в окружении и уничтожении его защитников на дальних подступах к городу. Отсекая от укреплений непосредственно под Ленинградом лужскую группировку советских войск, группа армий «Север» открывала себе возможность беспрепятственного продвижения, как на сам Ленинград, так и в обход города на соединение с финской армией на реке Свирь [4].

Таким образом, наступление левого фланга Немецких войск началось 8 августа и не поддерживалось авиацией в связи с плохими погодными условиями. Атака натолкнулась на сильное сопротивление советских войск, поддержанное артиллерией. Три дня части 90-й стрелковой дивизии, подразделения 2-й дивизии народного ополчения и остатки отряда курсантов Ленинградского пехотного училища сдерживали натиск 4-й танковой группы Гепнера. В итоге Гепнер был вынужден вернуться на прежние позиции, для перегруппировки сил и средств. Вновь начавшееся 11 августа, наступление позволило немецким войскам найти слабое место в советской обороне, через которое затем уже прорвались и танки. Под сильным давлением превосходящих сил противника защитники этого участка Кингисеппского сектора стали отходить на восток и на север. После прорыва в глубину 1-я и 6-я танковые дивизии встали фронтом на восток для образования внутреннего фронта окружения советских войск под Лугой, а 1-я пехотная и 36-я моторизованная дивизии – внешнего фронта окружения. В бой с плацдарма у Большого Сабска также была введена 8-я танковая дивизия. 14 августа дивизии 41-го моторизованного корпуса преодолели лесной массив и вышли к дороге Красногвардейск – Кингисепп. Таким образом, к исходу 14 августа

Лужский рубеж на Кингисеппском участке был прорван. 16 августа немецкие части занимают Кингисепп и Нарву; части 11-го стрелкового корпуса 8-й армии оставляют Эстонию и переходят на правый берег реки Нарвы. Во время ожесточенных боев за Кингисепп 8-я армия лишилась всех своих полковых и батальонных командиров, а также их штабов. Большую помощь обороняющимся войскам оказывали действовавшие в этом районе 11, 12, 18 и 19-я отдельные железнодорожные батареи калибра 180–356 мм. 22 августа немецкие войска вышли на дальность стрельбы береговых батарей, и они открыли огонь, поддерживая войска 8-й армии.

Сковывание боями не давало войскам под Лугой быстро оторваться от противника и вовремя вырваться из намечающегося окружения. 11 августа эсэсовские части пробились к населенному пункту Стояновщина. Здесь они были встречены контратаками танков 24-й танковой дивизии. Несмотря на присутствие в рядах атакующих танков КВ, контратака была отражена немцами. Лужская группировка советских войск располагала всего тремя танками КВ. Что было явно недостаточно для осуществления тактики танковых засад, а в случае их расположения в окопах по фронту, все равно оставляло бы между ними большие непростреливаемые участки. Поэтому Советское командование использовало их в единственно возможном варианте: контратаках. После успешного закрепления на позициях у Стояновщины последовал удар частей Полицейской дивизии СС в направлении шоссе, в тыл обороняющим его подразделениям. Тем самым была свернута советская оборона поперек шоссе и расширен прорыв. Эти бои продолжались вплоть до 19 августа. Но и после этого наступать вдоль шоссе немцы не решились. 23–24 августа немецкие войска прорвались между озерами Большой Талонь и Черемнецкое (к востоку от шоссе) и вышли к реке Луге западнее города Луга. Это позволило атаковать город с востока и захватить его уже 24 августа [7].

10 августа ударная группировка «Шимск» после улучшения погодных условий, в 05:20 после авиационных и артиллерийских ударов перешла в наступление, в результате боев, в этот день, немцам удалось практически полностью вскрыть систему обороны 48-й армии и определить ее слабое место – позиции горнострелковой бригады. На следующее утро, 11 августа, бои возобновились. Основной удар немцы опять нанесли на участке горнострелковой бригады. Из-за отсутствия у советских войск зенитных средств и авиационного прикрытия, летчики корпуса Рихтгофена безнаказанно уничтожали технику, расстреливали обороняющихся из пулеметов, свободно действуя по всему фронту. Полностью оказалась нарушена проводная связь, система управления и разрушены артиллерийские позиции. Авиация Северо-Западного фронта не смогла оказать помощи своей пехоте, за день самолеты произвели только 44 самолето-вылета, 4 бомбардировщиками и 40 истребителями. Завершился прорыв обороны 48-й армии на новгородском направлении 13 августа. Решающую роль в этот день сыграл тот факт, что в руки немцев попал подробный план обороны 128-й стрелковой дивизии. На нем были обозначены минные поля, ложные позиции, артиллерийские и пулеметные гнезда, основные узлы сопротивления и распределение сил между различными участками обороны. Командиры дивизий активно использовали своих саперов для ликвидации обширных минных полей, за саперами следовали авангарды наступающих полков. Для уничтожения ДОТов использовались 88-мм зенитные орудия.

14 августа командованием 70-й и 237-й стрелковых дивизий, с учетом текущей тяжелой ситуации (полуокружение противником, захват проходных дорог и отсутствие горючего, боеприпасов, продовольствия) было принято решение на отход и в ночь с 16 на 17 августа, скрытно, дивизии начали отходить в направлении Ленинграда. Немецкой разведке удалось обнаружить пути отхода частей. Началось преследование, в первую очередь, авиабомбежкой и артобстрелом. 25 августа, вышедшая мелкими группами из окружения 70-я дивизия насчитывала 3197 человек, а 237-я дивизия на 29 августа 2259 человек [9].

Утром 15 августа немцами была предпринята попытка с ходу овладеть Новгородом, но она потерпела неудачу. После этого Новгород подвергся массовой бомбардировке 8 авиакорпусом. На следующий день новгородский кремль был взят немецкими войсками. Однако сражение за город на этом не закончилось, за его восточную часть до 19 августа продолжали сражаться остатки 28-й танковой дивизии полковника И. Д. Черняховского и 1-й горнострелковой бригады.

Пока шли бои за Новгород, 1-й армейский корпус продвигался к Чудово. 11-я пехотная дивизия заняла оборону на Волхове с целью защиты правого фланга корпуса, а боевая группа 21-й пехотной дивизии 20 августа захватила Чудово, перерезав Октябрьскую железную дорогу. На следующий день частями 1-й армейского корпуса было отбито несколько контратак советских войск. Первая задача немецкого наступления на этом направлении была выполнена. Таким образом, 20–22 августа противник передовыми частями вышел на ближние подступы к Ленинграду и вступил в боевое соприкосновение с частями Красногвардейского Укрепленного района [5].

В эти дни Ставка ВГК, чтобы помочь войскам Северного фронта, директивно приказывает начать наступление в направлении на Морино (железнодорожная станция на участке Старая Русса–Дно)

силами выделенной из резерва Ставки 34-й армии и левого крыла 11-й армии. 12 августа указанные объединения перешли в наступление и отбросили противника на 40 км. 15 августа 3 немецкие пехотные дивизии 10-го армейского корпуса оказались окружены под Старой Руссой. Чтобы остановить наступление советских войск Северо-Западного фронта и ликвидировать результаты их продвижения, немецкое командование группы армий «Север» срочно снимает с лужского направления две моторизованные дивизии из состава 56-го корпуса 3-ю моторизованную дивизию и моторизованную дивизию СС «Тотенкопф», а также 8-й авиакорпус и перебрасывает их на помощь 10-го армейскому корпусу 16-й армии. При этом 8-я танковая дивизия остается в составе 41-го моторизованного корпуса и участвует в наступлении на Кингисеппский сектор. К исходу 20 августа наступление было остановлено, 34-я армия оказалась скованной на всем фронте. К 25 августа 34-я и 11-я армии были отеснены на линию реки Ловать. Наступление закончилось.

Тем временем смыкалось кольцо окружения вокруг лужского сектора обороны 24 августа войска Лужской оперативной группы (с 25 августа Южная оперативная группа) генерала А. Н. Астанина получили боевой приказ № 102 штаба Северного фронта: оставив прикрытие на реке Луга, перегруппироваться и уничтожить немецкие части, прорвавшиеся южнее Красногвардейского укрепленного района. В этот же день советские войска оставили город Лугу. 28 августа все пути снабжения были перерезаны, окруженные части испытывали острую нужду в боеприпасах, горючем и продовольствии. В «котле» оказались части 41-го стрелкового корпуса: 70, 90, 111, 177-я и 235-я стрелковые дивизии, 1-я и 3-я дивизии народного ополчения, 24-я танковая дивизия, всего около 43-х тысяч человек. В войсках находилось большое количество раненых: до двух тысяч, из них около 500 тяжелораненых. Астанин получил распоряжение: материальную часть – уничтожить или закопать, а войскам выходить из окружения мелкими группами, по заданным направлениям. Это распоряжение Астаниным было выполнено. Попытки прорыва из окружения в северном направлении успехов не принесли. 30 августа было принято решение разделиться на несколько групп и выходить на соединение с войсками Северного фронта под Ленинградом в районах Кириши и Погостье. Отряды возглавили командиры соединений и временных объединений — генерал А. Н. Астанин, полковники: А. Ф. Машошин (командир 177-й стрелковой дивизии), А. Г. Родин (заместитель командира 24-й танковой дивизии, фактически возглавлял 1-ю дивизию народного ополчения), С. В. Рогинский (командир 11-й стрелковой дивизии) и Г. Ф. Одинцов [6]. Пробивавшиеся из «котла» части постепенно вливались в состав защитников Ленинграда.

Окруженные советские войска продолжали вести напряженные бои в лесисто-болотистой местности до сентября 1941 г. От деблокирования «котла» окончательно отказались только 14–15 сентября, когда уже вовсю шли бои на ближних подступах к Ленинграду. Существование в тылу группы армий «Север» группировки советских войск отрицательно сказалось на немецком наступлении на Ленинград. Войска, сражающиеся под Лугой, до 31 августа сковывали значительные силы противника, не позволяли немецким войскам использовать кратчайшие и наиболее удобные коммуникации – железную дорогу и шоссе Псков–Ленинград. Кроме того, войска Лужского участка, занимая центральные позиции южнее Ленинграда, разъединяли войска противника на три отдельные изолированные группировки, препятствовали ему создать единый, сплошной фронт.

Бои в лужском «котле» продолжались до середины сентября 1941 г. Упорное сопротивление окруженных под Лугой советских войск существенно сместило сроки начала штурма Красногвардейского укрепрайона.

По мере приближения к Ленинграду темп продвижения немецких войск неуклонно снижался. Если до 10 июля, то есть до подхода к Лужскому оборонительному рубежу, среднесуточный темп продвижения немцев составлял 26 км в сутки, то в июле он упал до 5 км, в августе до 2,2 км, а в сентябре до 1,4 км в сутки. Причиной этого было возрастающее сопротивление советских войск, в том числе и на Лужском рубеже, чему способствовала увеличивающаяся плотность оборонительных сооружений.

Как бы не казалось катастрофичным положение Северо-Западного фронта, после падения Лужского рубежа обороны, все же он смог выполнить с лихвой свое предназначение. Задержка немецких войск на Лужском рубеже (на флангах на месяц, а на Киевском шоссе на полтора месяца), позволила ленинградцам осуществить ряд важных мероприятий по дополнительной мобилизации резервов для фронта, создать прочные оборонительные рубежи на ближних подступах к городу, а также провести эвакуацию в тыл страны важнейших промышленных предприятий Ленинграда. Противник понес ощутимые потери в силах и средствах, окончательно были сорваны планы по молниеносному захвату Ленинграда и перегруппировки группы армии Север для удара на Москву.

Библиографический список

1. Кринов Ю. С. Лужский рубеж. Год 1941-й. – 2-е изд., перераб. и доп. – Л.: Лениздат, 1987. – С.150–162.
2. Маляров В. Н. Строительный фронт в годы Великой Отечественной войны. Создание стратегических рубежей и плацдармов для обеспечения оборонительных операций вооруженных сил в годы войны 1941–1945 гг. – СПб., 2000. – С. 112–117.
3. Мамонов О. В. Остановленный блицкриг. В.Новгород: «Виконт», 2011. – С. 35–48.
4. Мощанский И. Б., Хохлов И. В. Ленинградская стратегическая оборонительная операция. Часть 1. Направление Северо-Запад // Военная летопись. – БТВ-МН, 2002. – № 4. – С. 44–70.
5. Мощанский И. Б., Хохлов И. В. Ленинградская стратегическая оборонительная операция. Часть 2. Невский бастион // Военная летопись. – БТВ-МН, 2002. – № 5. – С. 2–33.
6. Хомяков И. Лужский рубеж. Хроника героических дней. – СПб.: Аврора-Дизайн, 2014. – С. 27–31.
7. Хомяков И. М. Лужский оборонительный рубеж // Цитадель. – СПб, 2008. – № 14. – С. 67–78.
8. ЦАМО РФ ф.3, оп. 11556, д.1, л.180.
9. Шигин Г. А. Битва за Ленинград: крупные операции, «белые пятна», потери / Под ред. Н. Л. Волковского. – СПб.: Полигон, 2004. – 316 с.

УДК 94(47).073

К. К. Тихоньких, А. А. Копань

студенты учебного военного центра

А. А. Черноусов

канд. ист. наук – научный руководитель

К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ ГЕРМАНСКИХ БАЗ В СОВЕТСКОЙ АРКТИКЕ В 1939–40 ГГ. ПРАВДА И ЛОЖЬ

История всегда была наиболее политизированной наукой, а сегодня в век информационных технологий и войн мы можем наблюдать сращивание истории и политики. Сегодня политическая обстановка в мире накалена, многие мировые политические деятели пытаются прикрыть перед избирателями свои неблагоприятные деяния пытаются переписать историю в выгодном для себя ключе и внедрить ложные установки в массовое сознание граждан. Активная работа по фальсификации истории длительное время проводилась также агентами влияния иностранных политиков и организаций и на территории России. И только последние годы руководство России

пришло к пониманию необходимости противостояния на государственном уровне переписыванию истории. Работа эта находится на данный момент в начальной стадии, что позволяет еще фальсификаторам прорываться в медийное пространство.

Можно вспомнить наиболее одиозных фальсификаторов, как то В. Суворов (Резун), А. Бушков, к которым у более-менее грамотных людей уже выработался иммунитет, но существует целый ряд людей меньшего масштаба, выдающих себя за «историков», «исследователей» внедряющих в сознание обывателей опасные исторические мифы.

Одним из таких чрезвычайно опасных исторических мифов, который фальсификаторы пытаются вложить в головы как западных, так и российских граждан, является попытка уравнивать Советский Союз и Германский фашизм, обвинить СССР как минимум в способствовании развязывания Второй мировой войны. Для подтверждения этой теории создается целый ряд частных мифов, укладывающихся в данную канву.

Информацией, по нашему мнению, относящейся к категории исторических фальсификаций стало часто встречающееся в последние годы на страницах книг и сети Интернет утверждение о том, что с разрешения советского правительства в предвоенные годы Германия построила на территории СССР на Кольском полуострове в губе Западная лица тайную базу своего флота. Эта информация уже широко разошлась в медийном пространстве, имеется даже соответствующая статья в «Википедии» [15].

Мы посчитали своим долгом исследовать данную тему и ответить на вопрос о достоверности подобных утверждений.

Работу мы начали с поиска источника распространяющего подобную информацию. Изучив большое количество ссылок в разной литературе и информации в сети Интернет, мы вышли на одного автора, от которого в основном и исходит данная информация – Сергея Алексеевича Ковалева.

Мы изучили несколько книг, написанных С. А. Ковалевым лично и в соавторстве [3–6], и пришли к выводу, что очень многие факты, изложенные в книгах С. А. Ковалева, требуют проверки. Сомнения в истинности утверждения автора зародило наличие ряда явных нестыковок в фактах. Кроме того, несмотря на то, что в аннотации к книге «Свастика над Таймыром» указано, что книга написана «на основании архивных материалов и собственных исследований...», ни одной ссылки на архивы в книге найти не удалось, а в целом ряде спорных утверждений не указан источник информации.

Мы решили самостоятельно исследовать этот вопрос и обратились к фондам Российского государственного архива Военно-морского флота. В процессе исследования нами были изучен фонд Штаба Северного флота (Р-970). Так как С. А. Ковалев утверждает, что строительство базы началось осенью 1939 г., то нами были изучены за период 1939–1940 гг. боевые приказы, предписания, плановые таблицы операций, кальки дозоров, оперативные сводки штаба флота, журнал записи разведывательных данных о движении иностранных судов, полетах самолетов, работе радиостанций, а также журналы оперативного дежурного штаба флота. Кроме того, в связи с тем, что строительство военно-морской базы требует проведения масштабных работ и большого количества рабочей силы и техники, которая вряд ли могла быть доставлена из Германии, а рабочей силе нужна определенная инфраструктура, нами изучены документы строительного отдела СФ (фонд Р-973), Управления тыла Северного флота (фонд Р-1787).

В ходе изучения указанных документов, нам не удалось найти хоть каких-то, даже косвенных упоминаний о договоре с Германией, разрешающем строительство базы (если следовать военно-морской терминологии, то, что описывает Ковалев, должно называться пунктом материально-технического обеспечения).

Среди просмотренных были и документы со снятыми грифами «Секретно» и «Совершенно секретно», что уже само по себе развенчивает ссылки С. А. Ковалева на режим секретности при отсутствии документальных подтверждений приведенных им фактов.

В рамках данной статьи мы не имеем возможности разобрать все неувязки и нестыковки в книгах Ковалева, поэтому рассмотрим наиболее явные.

Автор утверждает, что «...к 17 сентября 1939 года, не дожидаясь окончательного решения вопроса о создании секретной базы, в Мурманск пришли немецкие транспорты «Кордиллере» и «Сан-Луи» с грузами и техникой. К концу ноября 1939 года на рейде Мурманска собралось тридцать шесть германских транспортов (в том числе «Х. Леонард», «Нью-Йорк», «Поллине», «Тобинген»)» [4, С. 69]. Также, Ковалев указывает, что к 25 ноября 1939 года в губу Большая Западная Лица пришли две германские подводные лодки U-36 и U-38 [4, С. 71].

В тоже время, журнал записи разведывательных данных о движении иностранных судов, полетах самолетов Северного флота в период с июня 1939 г. по февраль 1940 г. зафиксировал всего 5 фактов обнаружения немецких кораблей и судов:

- 06.10.1939 г. немецкий пароход «Науэнфокс» находился у м. Канин Нос [9, Л. 42] (местоположение приводим приблизительно, чтобы не перегружать статью точными координатами);
- С 30.09 по 09.10.1939 г. немецкий пароход «Нортланд» проследовал севернее п.о-ва Рыбачий к о. Колгуев [9, Л. 37,43];
- 28.10.1939 г. немецкий пароход «Братия» находился у м. Канин Нос и имел переговоры с Мурманском [9, Л. 51];
- 18.11.1939 г. была обнаружена немецкая ПЛ у о. Мудьюг (?) [9, Л. 64];
- 26.02.1940 г. немецкий пароход (названия не указано, приводятся радиопозывные) подавал сигналы SOS у берегов Норвегии [9, Л. 86].

Одним из главных спорных моментов, приведенных в рассматриваемой книге, является утверждение автора о том, что между Сталиным и Гитлером был заключен секретный договор о создании тайной базы Кригсмарине в губе Западная Лица. ««Днем рождения» секретной базы на Мурмане, скорее всего, можно считать 18 октября 1939 года. В тот день, по сообщению руководителя ФБР США Д. Э. Гувера, во Львове состоялась тайная встреча А. Гитлера и И. Сталина, где они подписали некое военное соглашение» [4, С.69]. При этом С. А. Ковалев не указывает, откуда взято сообщение Гувера – ссылок на источник нет. Правда далее он оговаривается, что «подобное решение могло быть принято и в процессе личной переписки между Сталиным и Гитлером» и опять без указания источника информации. Таким образом, Ковалев безапелляционно предлагает читателю поверить в наличие то ли официального договора, то ли частной договоренности между Сталиным и Гитлером, но без указания источников информации, а это порождает высокую степень недоверия к голословным утверждениям.

Еще один момент, который необходимо отметить, но который старательно обходит С. А. Ковалев – это Советско-финская война 1939–40 гг. По его утверждению, строительство базы началось в ноябре 1939 г., а 30 ноября этого же года началась Советско-финская война. С началом войны Западная Лица сразу же оказалась в зоне боевых действий, что видно из рис. 1. И понятно, что для Германии целесообразность существования тайной базы в зоне боевых действий двух сторонних держав не выдерживает никакой критики.

В книге «Свастика над Таймыром» создание базы в Западной Лице обосновывается следующим образом: «губа Большая Западная Лица, укрытая от посторонних глаз сопками материка и полуостровов Средний и Рыбачий да еще и находящаяся рядом с советско-финской границей (граница находилась в пятнадцати километрах от устья одноименной реки) как нельзя лучше подходила для создания секретной базы, которую никто, в том числе и советская сторона, не смог бы постоянно контролировать. Эта бухта находилась далеко в стороне от выхода из Кольского залива и судоходных маршрутов Баренцева моря. А советские береговые посты наблюдения и связи, расположенные вдали друг от друга (в губе Титовка, на мысе Цып-Наволок и на острове Кильдин), могли видеть лишь отдельные районы Мотовского залива, да и то – в ясную погоду. Наблюдать же за входом в губу Большая Западная Лица они не могли» [4, С. 74].

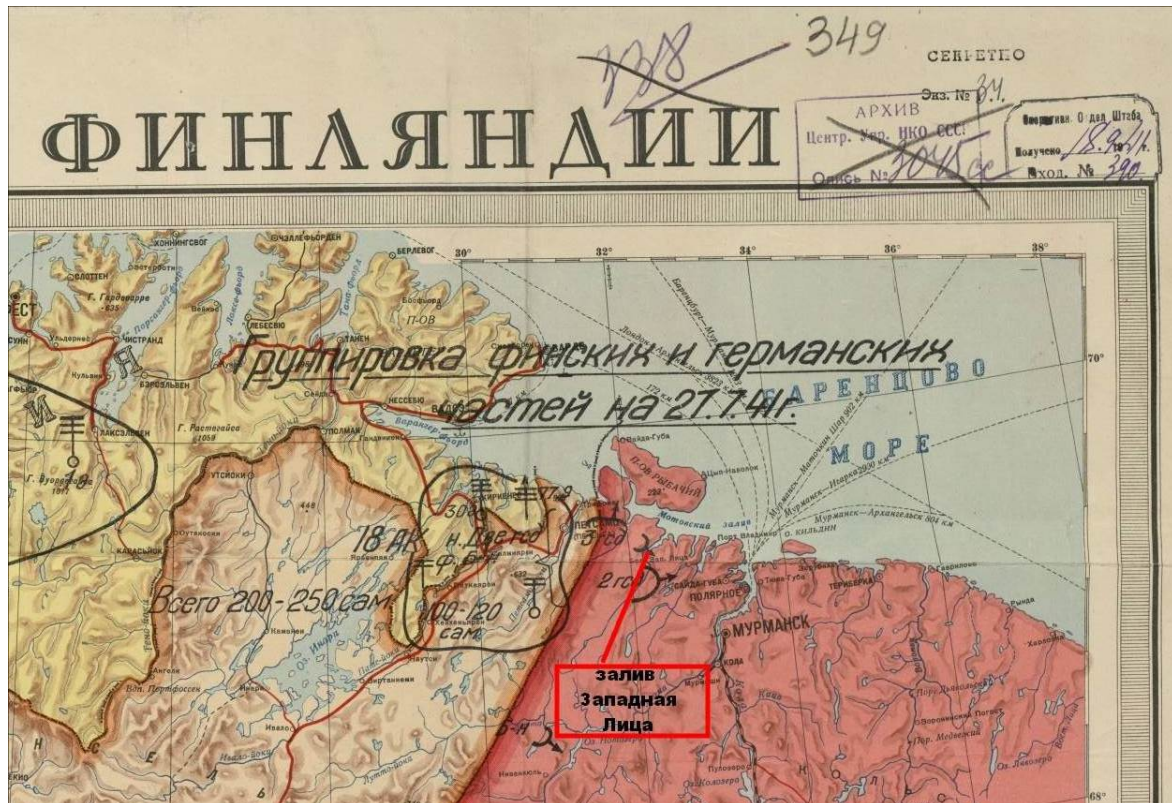


Рис. 1. Зона боевых действий в районе Западной Лицы

Озвучивая данную информацию, С. А. Ковалев либо не изучил описываемый район, либо намеренно вводит читателя в заблуждение. Если посмотреть на карту 1940 г. (рис. 1) мы увидим, что Мурманск, как крупный порт, является точкой пересечения морских путей, соответственно район Кольского и Мотовского залива является районом оживленного движения морских судов, что никак не способствует скрытному перемещению судов и подводных лодок.

При изучении документов архива нами был обнаружен боевой приказ штаба Северного флота № 4/оп от 28 ноября 1939 г., в котором ставились задачи командирам бригады ОВРа (охраны водного района) и МУРа (мурманского укрепрайона). Приказ гласил: «Командиру ОВРа с приданным ДПСК (дивизион пограничных сторожевых кораблей – авт.), во взаимодействии с береговыми батареями МУРа и ПЛ дозора не допускать входа в Кольский и Мотовский заливы всех судов, а также их плавание в запретной зоне. Командиру МУРа: во взаимодействии с ОВРом и дозорными ПЛ не допускать входа иностранных военных и торговых кораблей в Кольский и Мотовский заливы...» [8, Л. 1–2]. К приказу прилагалась калька дозора кораблей ОВРа Северного флота, датируемая 28 ноября 1939 г. (рис. 2). На кальке мы видим, что вход в Кольский залив перекрывался районами патрулирования тральщиков ТЩ-30 и ТЩ-61 и секторами стрельбы береговых батарей, находящихся на мысе Сеть-Наволоки и мысе Зеленецкий. Вход в Мотовский залив перекрывался районами патрулирования тральщика ТЩ-56 и СКР «Бриз». В тот же день был отдан приказ начальником штаба СФ на усиление дозора [8, Л. 4]. Кроме того, с 12 декабря 1939 г. на постоянное боевое патрулирование в районе мыса Нордкин выставлены советские подводные лодки с целью «обнаружить появление морских сил и ВВС иностранных государств на театре» [8, Л. 25].

Целый ряд документов штаба Северного флота подтверждает то, что корабли охраны водного района контролировали район Баренцева моря в районе Кольского и Мотовского залива. Так, 10 февраля 1940 г. по приказу начальника штаба СФ миноносец «Грозный» отправлен на выяснение принадлежности и задержание до соответствующего распоряжения неопознанного судна [13, Л. 64]. С таким же заданием 15 февраля 1940 г. миноносец «Сокрушительный» отправлен на перехват двух неопознанных судов [13, Л. 54–58].

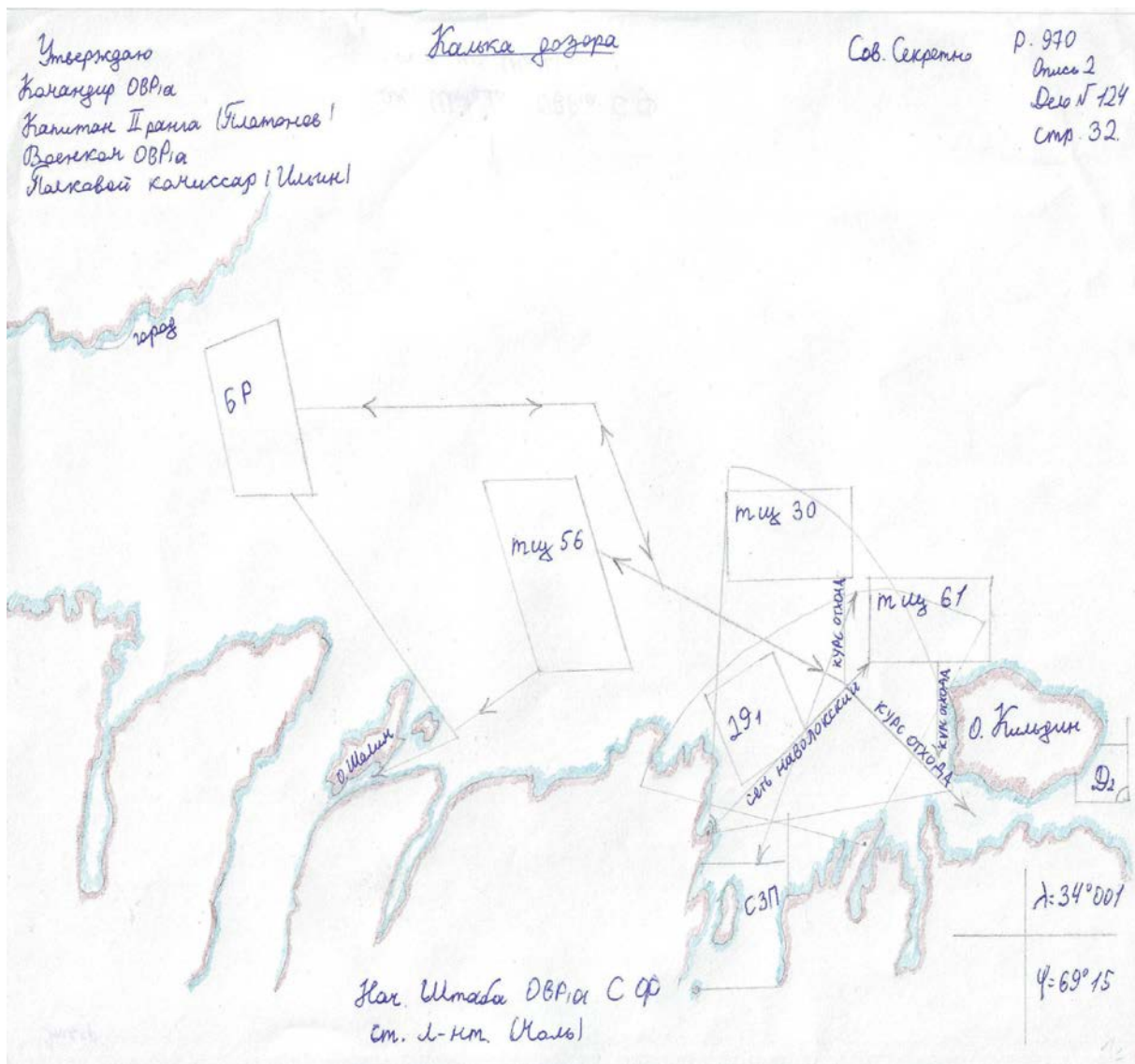


Рис. 2. Калька дозора кораблей ОВРа Северного флота, датируемая 28 ноября 1939 г.

Как следует из журнала оперативного дежурного Северного флота, 8 марта 1940 г. постом наблюдения № 17 была обнаружена неизвестная подводная лодка. В район ее нахождения (мыс Лауш – мыс Цип-Наволок в восточной части п.о-ва Рыбачий) была направлена авиация и 4 морских охотника. А береговой батарее № 7 дано приказание при обнаружении лодки открыть огонь [10, Л. 67–69]. Надо отметить, что в это время шла Советско-финская война, а ВМС Финляндии на тот момент имели в своем составе 5 подводных лодок постройки 1930–31 гг. [1]. Учитывая, что лодка не была опознана как финская или немецкая (а финские лодки были спроектированы на базе немецких подводных лодок UB III, так что имеют схожие характеристики и могут быть спутаны), а приказание на открытие огня было, то можно сделать вывод, что немецкие лодки не имели свободного доступа в наши бухты.

В приказе командующего СФ командиру бригады подводных лодок от 28 ноября 1939 г. указывается, что «использование оружия разрешается после получения команды по радио «Выстрел» против всех иностранных судов» [8, Л. 11–15]. Во всех боевых документах Северного флота, включая документы с грифами «секретно» и «сов. секретно», нет никакого выделения

в особую группу немецких кораблей и судов. Кораблям СФ ставятся задачи, касаемо всех иностранных судов.

Также необходимо отметить, что в некоторых районах Баренцева моря кораблями СФ были осуществлены минные постановки, о чем штаб Северного флота требовал «объявить секретным порядком только советским пароходам, иностранным судам этот район объявлять категорически запрещается» [12, Л. 8]. Иностранные гражданские суда по нашим водам проводились, как правило, караванами в сопровождении военных кораблей [11, Л. 22].

Таким образом, мы видим, что вероятность скрытного прохода иностранного корабля, особенно надводного, в Западную Лицу была крайне низка. При этом необходимо отметить, что ни в одном документе, никоим образом не выделяются германские, финские, английские или американские корабли, все описывается одним словом – иностранные. Из этого можно сделать вывод, что запрет на вход в Кольский и Мотовский заливы (вход в Западную Лицу расположен в Мотовском заливе) распространялся на все иностранные корабли без исключения.

Любопытно, что автор сам себе противоречит, сообщая что «...большинство очевидцев, побывавших на берегах губы Нерпичья в июле 1941 года (и позже), всегда утверждали, мол, никаких построек «Базис Норд» (название тайной базы Кригсмарине по Ковалеву – авт.) здесь не существовало. А были видны лишь остатки бревенчатых жилых домов и старых деревянных причалов, некогда принадлежавших колхозу «Коминтерн». В свою очередь, эти же заявления и породили само отрицание существования тайной фашистской базы в Западной Лице у ветеранов и послевоенных историков. Но стоит обратиться к военным строителям, которые в 70–80 годы возвели в губе Нерпичья специальные сооружения для базирования наших тяжелых подводных ракетных крейсеров типа «Тайфун» (название по классификации НАТО! – авт.)¹ и сразу же можно услышать (естественно – неофициально) о найденных подскальных сооружениях неясного предназначения. В том числе – и о сохранившихся здесь немецких станках, механизмах и топлиохранилищах» [4, С. 76]. Из приведенной цитаты мы видим, что С. А. Ковалев, не приводя документальных подтверждений своим утверждениям, открыто отбрасывает свидетельства ветеранов Северного флота и профессиональных историков и полагается на слухи и легенды, не имеющие под собой фактологической основы. Даже если предположить, что эти слухи имеют под собой какую-либо основу, то возникает еще ряд вопросов, на которые автор ответа не дает.

Первый вопрос. Возможно ли, чтобы при обнаружении подскальных сооружений неизвестного назначения на базе атомных подводных лодок эти помещения не были досконально исследованы и задокументированы? Нет, невозможно. Но при этом никаких следов таких документов найти в архиве не удалось.

Второй вопрос. Строительство сооружений в гранитных скалах требуют большого количества рабочих, техники и строительных материалов. По земле все это не доставлялось, так как ни автомобильных, ни железных дорог в район Западной Лицы проведено не было. Кроме того, в документах Строительного отдела СФ и Управления тыла Северного флота нет никаких, даже косвенных, указаний на какие-либо строительные работы в районе Западной Лицы. Если же предположить, что все это везлось судами из Германии, то для этого необходимы целые караваны судов и сопровождение их боевыми кораблями в связи с войной. Все это не могло бы остаться незамеченным ни для советской разведки, ни для других разведок.

Третий вопрос. Проживание большого количества рабочих требует соответствующей инфраструктуры – жилые и административные помещения, снабжение водой и продовольствием. Однако никаких следов подобных строений по признанию самого С. А. Ковалева обнаружено не

¹ Имеются ввиду тяжелые ракетные подводные крейсера стратегического назначения проекта 941 «Акула» (SSBN «Турпоон» по классификации НАТО).

было. Если же предположить, что рабочие жили на судах, то это требует большого количества судов стоящих на рейде (причалы под них построены не были), что является серьезным демаскирующим признаком.

Из всего вышесказанного мы можем сделать следующий вывод: информация о тайной базе немецкого флота в губе Западная Лица является историческим мифом. Рассматривая военно-политическую обстановку на указанном театре осенью-зимой 1939–40 гг. можно сделать вывод о нецелесообразности ее строительства в этом месте и чрезвычайной сложности реализации такого проекта. А если рассмотреть действия Северного флота в указанный период, то они полностью исключают подобного рода деятельность иностранного флота в данном районе. Также не удалось найти даже косвенных указаний на активность немецких кораблей и судов в наших территориальных водах.

Мы изучили значительное количество архивных документов, относящихся к данному району и периоду, но ни в одном документе нет даже косвенного свидетельства, подтверждающего правоту С. А. Ковалева.

В данной статье мы рассмотрели только ситуацию вокруг мифа о тайной базе германского флота «Базис Норд», якобы построенной немцами перед войной в губе Западная Лица. В рамках одной статьи нет возможности опровергать всю массу мифов, нагроможденных С. А. Ковалевым и его соавторами в своих книгах. Мы сделали только первый шаг к достижению исторической правды, но на этом нельзя останавливаться и необходимо продолжать работу. Профессиональные историки зачастую не воспринимают всерьез подобные книги и отмахиваются от их разбора. На наш взгляд это большая ошибка, так как человек, не имеющий специальных знаний в той или иной области, не сможет, прочитав такую книгу отделить зерна от плевел, воспримет такую информацию как истину и понесет миф далее. А внедрившись в массовое сознание, мифы могут существовать столетиями, и нам не дано знать, чем они могут выстрелить в будущем. Поэтому мы считаем, что сегодня необходима активная работа по выявлению и развенчанию создающихся сегодня исторических фальсификаций, пока они не успели прочно укорениться в массовом сознании народа.

Библиографический список

1. ВМС Финляндии. [Электронный ресурс]: Wunderwafe. История мировых войн.: [сайт]. URL: http://wunderwafe.ru/Magazine/MK/2005_03/04.htm.
2. Военно-морской словарь / под ред. Чернавина В. Н. – М.: Военное издательство, 1990. – 544 с.
3. Ковалев С. А. Арктические тени Третьего рейха/Сергей Ковалев. М.: Вече, 2010. – 432 с.
4. Ковалев С. А. Свастика над Таймыром. – М.: «Вече», 2008. – 384 с.
5. Ковалев С. А., Федоров А. Ф. Что искал Третий рейх в Советской Арктике. Секреты «полярных волков». – СПб.: «Вектор», 2011. – 256 с.
6. Ковалев С. А., Федоров А. Ф., Злобин В. С. Арктические тайны Третьего рейха. – СПб.: «Вектор», 2008. – 216 с.
7. РГА ВМФ ф. Р-1787.
8. РГА ВМФ ф. Р-970, оп.2, д.124.
9. РГА ВМФ ф. Р-970, оп.2, д.130.
10. РГА ВМФ ф. Р-970, оп.2, д.132.
11. РГА ВМФ ф. Р-970, оп.2, д.147.
12. РГА ВМФ ф. Р-970, оп.2, д.149.
13. РГА ВМФ ф. Р-970, оп.2, д.150.
14. РГА ВМФ ф. Р-973.
15. Базис Норд [Электронный ресурс]: Материал из Википедии. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%C1%E0%E7%E8%F1_%CD%EE%F0%E4

УДК 510.26

Е. В. Удалова

студент кафедры иностранных языков

С. Ю. Коломийцев

канд. филос. наук – научный руководитель

ЛОГИЦИМ В МАТЕМАТИКЕ

«Так как во всяком учении о природе имеется науки в собственном смысле лишь столько, сколько имеется в ней априорного познания, то учение о природе будет содержать науку в собственном смысле лишь в той мере, в какой может быть применена в нем математика». Это слова знаменитого немецкого философа Иммануила Канта. По его мнению, математика выступает в роли критерия оценки научности. Этим высказыванием он утверждает, что в любом учении столько научности, сколько в нем математики. А Нильс Бор утверждал, что математика это язык науки.

Действительно, многие философы и ученые посвящали свои труды царице наук. Некоторые из них в свое время обращали внимание на эпистемологические проблемы математического познания и природу математики. И для многих основным объектом исследования данного раздела становилась проблема обоснования математики. Ученые старались прийти к «совершенной математике, не оставляющей места для сомнений», «подвести прочный фундамент под здание математики» [1].

Итак, мир науки нуждался в четкой и стройной теории обоснования математики [3]. И наиболее важным ее признаком стала непротиворечивость. Свойство, заключающееся в недопустимости логических противоречий, в строгих рассуждениях. То есть ученые призывали основываться не на опыте, как это было принято в эмпиризме, а на доказательствах непротиворечивости математической теории. Любое предложение в рамках такой теории не может быть как доказано, так и опровергнуто. Следовательно, если отрицание какого-то предложения может быть доказано в теории, то о самом предложении говорится, что оно опровержимо в ней. С введением данного понятия ученые столкнулись с множеством противоречий в логической конструкции математики. Такие противоречия стали рассматривать как парадоксы или антиномии. Однако это открытие не вызвало должного интереса в научном сообществе. И только благодаря исследованиям британского философа и математика Бертрانا Рассела в области теории множеств удалось привлечь к проблеме внимание. Действительно, парадоксы теории множеств, или парадокс Рассела множеств, открыли математикам глаза на то, что противоречия возможны и в классических разделах математики.

Парадокс Рассела приобрел известность среди широкой публики именно в нематематическом виде. Это знаменитый так называемый «парадокс лжеца». Существует он во многих вариантах, но я приведу в пример классический вариант, о котором слышали многие. Он заключается в противоречивости высказывания «Все, что я говорю, – ложь». Действительно, является ли это предложение истинным или ложным? Если человек действительно лжет, то, утверждая, что он лжет, он говорит правду, а если человек говорит правду, то, утверждая, что он лжет, он действительно лжет [5].

В 1918 г. сам Рассел популяризировал нематематический вариант своей антиномии, назвав его «парадокс брадобреея». Жил однажды в деревне брадобреей, который решил брить всех жителей деревни, но только в том случае, если они не бреются сами. И, естественно, не брить тех, кто бреется сам. Однако Брадобреей задумался: должен ли он сам брить себя? Ведь если он не бреется сам, то первая половина его утверждения (а именно та, в которой говорится, что брадобреей бреет всех, кто не бреется сам) требует, чтобы он самого себя брил. Но если брадобреей бреется сам, то вторая половина его утверждения (та, в которой говорится, что всех тех,

кто бреется сам, он не бреет), требует, чтобы он самого себя не брил. Таким образом, брадобрей оказался в безвыходном положении – он не мог ни брить себя, ни не брить. [5]

Два других математика – Курт Греллинг и Леонард Нельсон, основываясь также на парадоксе Рассела, сформулировали еще одну антиномию и вновь обратили внимание на существующие трудности в математической теории. Этот парадокс относится к прилагательным, описывающим самих себя и не описывающим самих себя. Такие прилагательные, как «короткий» или «русский», описывают самих себя, т. е. применимы к себе, в то время как прилагательные «длинный» или «английский» к себе неприменимы (прилагательное «длинный» не является длинным, а прилагательное «английский» русское). Прилагательные, применимые к самим себе, называются автологическими, а прилагательные, неприменимые к самим себе, – гетерологическими. Если прилагательное «гетерологический» гетерологично, то оно применимо к самому себе и, следовательно, автологично. Если прилагательное «гетерологический» автологично, то оно не гетерологично. Но автологичное прилагательное по определению применимо к самому себе. Следовательно, прилагательное «гетерологический» гетерологично. Основываясь на этих рассуждениях, мы неизменно получаем противоречия в обоих допущениях [1].

Сам парадокс Рассела в его классическом варианте формулируется следующим образом: Пусть K – множество всех множеств, которые не содержат себя в качестве своего элемента. Содержит ли K само себя в качестве элемента? Если предположить, что содержит, то мы получаем противоречие с «Не содержат себя в качестве своего элемента». Если предположить, что K не содержит себя как элемент, то вновь возникает противоречие, ведь K – множество всех множеств, которые не содержат себя в качестве своего элемента, а значит должно содержать все возможные элементы, включая и себя [1].

Логицизм. Актуальность парадоксов теории множеств, отсутствие выхода из сложившейся ситуации и, самое главное, риск обнаружения несоответствий в классической математике взбудоражили все научное сообщество и обратили внимание на проблему непротиворечивости.

Еще до начала XX в. было разработано несколько абсолютно новых подходов к математике. Одна из программ обоснования математики получила название «логистическая школа». Основным тезисом логицистов является утверждение, что математика полностью может быть выведена из логики. В то время, многие математики утверждали, что именно в законах логики заложены вечные и неоспоримые и незыблемые истины. А выводя математику из логики, можно доказать ее истинность и, вместе с тем, непротиворечивость, так как любая истина непротиворечива. Да, не вся математика применима к реальному миру, однако она вся состоит из априорных истин.

Фридрих Людвиг Готлоб Фреге – немецкий логик, математик и философ, представитель школы аналитической философии, отталкиваясь от математических аксиом и принципов логики, приступил к выводу арифметических понятий, определений и правил из логических посылок. Но, к сожалению, труды его не вызвали интереса у научного сообщества, так как его язык был слишком труден и непонятен.

Но парадоксы тем временем множилось и оставались нерешенными. Потому одновременно с Фреге над поиском выхода из сложившейся ситуации трудились Рассел и Уайтхед. Они стремились избежать парадоксов, возникающих в тех случаях, «когда определяемое множество содержит само себя в качестве элемента». Им удалось преодолеть трудности, введя требование: «То, что содержит все элементы множества, не должно быть элементом того же множества». Это требование удовлетворялось в рамках специально созданной «теории типов».

В основе теории типов лежит идея иерархичности. В терминах классов ее можно описать следующим образом. Типы образуют иерархическую систему логических элементов, в которой необходимо строго различать классы и то, что их образует. Элементы класса всегда относятся к типу, низшему, чем сам класс. Например, любой объект (дом, стол, человек) имеют тип 0. Всякое утверждение об объекте и его свойствах имеет тип 1. Утверждения о свойствах свойств объ-

екта имеют тип 2 и т. д. Каждое утверждение принадлежит более высокому типу, чем те, о которых в нем что-то утверждается. Кроме того, нельзя говорить о множестве, принадлежащем самому себе.

Разобрав все известные антиномии на основе теории типов, Рассел и Уайтхед показали ее действенность и несомненные достоинства. Для наглядности стоит разобраться в этой теории на практике. Вернемся к нематематическому примеру парадокса множеств, связанному с высказыванием «все, что я говорю – ложь». Если обозначить высказывание «Я лгу» (p), как утверждение о ложности какого-либо высказывания, то оно будет принадлежать к 0-му типу, а любое утверждение относительно этого высказывания (p) будет относиться к более высокому типу. Следовательно, если утверждение относительно p истинно, то само p ложно, и если утверждение относительно p ложно, то p истинно. Никакого противоречия не возникает. Аналогичным образом решаются гетерологический парадокс, парадокс брадобрея и другие.

Теория типов предполагает тщательную классификацию высказываний по типам. Но любые манипуляции в ее рамках становятся чрезвычайно сложными, если руководствоваться ею при строгом обосновании математики. Например, Рассел и Уайтхед столкнулись с трудностями, связанными с понятием числа и высказываниями, относящимися к разным типам. «Например, два предмета a и b считаются равными, если любое высказывание или любая пропозициональная функция, применимые к a применимы к b и наоборот. Но различные высказывания принадлежат, вообще говоря, к различным типам. Следовательно, понятие равенства становится необычайно сложным» [4].

Ради избежания подобных осложнений, Расселу и Уайтхеду пришлось ввести весьма тонкую аксиому сводимости (или аксиому редукции). Аксиома сводимости для высказываний гласит: любое высказывание более высокого типа эквивалентно одному из высказываний первого типа.

Таким образом, новая аксиома вкуче с теорией типов значительно облегчила процесс обоснования математики. Теперь с помощью логики можно построить системы вещественных и комплексных чисел, теорию функций и весь математический анализ. А чтобы ввести еще и геометрию и иметь возможность работать с понятием бесконечность, Расселу и Уайтхеду понадобились две дополнительные аксиомы. Аксиома бесконечности и Аксиома выбора.

Суть аксиомы выбора такова: если взять из каждого бесконечного множества по одному случайному элементу, то получится другое множество, состоящее из этих элементов. Как и многие другие, данная аксиома встретила множество критики в свой адрес. В основном, сводилась она к утверждению о том, что без указания конкретного правила для выбора элементов из множеств, реальный выбор не производится и новое множество не образуется. По выражению Бореля, выбор без правил представляет собой акт веры; поэтому аксиома выбора лежит за пределами математики.

Об аксиоме бесконечности высказывались также критично. Ведь чтобы доказать существование бесконечных множеств, Рассел и Уайтхед обращались к вопросам конечности или бесконечности частиц во вселенной. Хоть их аксиома и была сформулирована на языке логики, но могла объясниться только с помощью физики, а никак не математики или логики.

Из сказанного выше можно сделать следующий вывод. Использование этих трех аксиом (сводимости, бесконечности и выбора) поставило под сомнение основной тезис логицизма о возможности вывести всю математику из логики. Где провести границу между логикой и математикой? Сторонники логистического тезиса утверждали, что логика, используемая Расселом и Уайтхедом, была «чистой», или «очищенной». Другие, памятуя о трех спорных аксиомах, ставили под сомнение «чистоту» этой логики. Тем самым они отрицали, что вся математика или даже какая-то важная часть ее может быть сведена к логике. Некоторые математики и логики были склонны расширить термин «логика» так, чтобы он охватывал аксиомы сводимости, бесконечности и выбора.

В 1931 г. Гёдель доказал что никакая формализованная система логики не может быть адекватной базой математики. Подытоживая, хочется привести слова известного математика Германа Вейля: «Вопрос об основаниях математики и о том, что представляет собой в конечном

счете математика, остается открытым. Мы не знаем какого-то направления, которое позволит, в конце концов, найти окончательный ответ на этот вопрос, и можно ли вообще ожидать, что подобный «окончательный» ответ будет когда-нибудь получен и признан всеми математиками. «Математизирование» может остаться одним из проявлений творческой деятельности человека подобно музицированию или литературному творчеству, ярким и самобытным, но прогнозирование его исторических судеб не поддается рационализации и не может быть объективным» [1].

Библиографический список

1. Клайн М. Утрата определенности. – М.: Мир, 1984. – 446 с.
2. Колесников А. С. Философия Бертрана Рассела. – Л.: ЛГУ, 1991. – 232 с.
3. Масляев А. Неожиданное обоснование математики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maslyaew.narod.ru/articles/math/math.html> (дата обращения 22 июня 2015).
4. Суровцев В. А. О простой теории типов Б. Рассела // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2008. № 1. С. 120–122.
5. Катречко С. Л. Расселовский парадокс брадобрея и диалектика Платона – Аристотеля // Современная логика: проблемы теории, истории и применения в науке. – СПб., 2002. – С. 239–242.

УДК 930.85

Е. В. Чекаль

студент кафедры информационных систем и технологий

Н. В. Выжлецова

канд. культурологии, доц. – научный руководитель

СВАДЬБА КАК ОБРЯД «ПЕРЕХОДА» У ВОСТОЧНЫХ СЛАВЯН

До сих пор свадебный обряд считается не только важным событием в жизни каждого человека, но и точкой отсчета новой жизни. Истоки данного обряда можно найти в культуре восточных славян (нынешняя территория России, Украины, Беларуси), который полностью отображает процесс преобразования социального статуса двух людей и образование новой «ячейки» общества.

О свадебных обрядах восточных славян известно крайне мало. Практически все данные, которыми располагает современная наука, основаны, прежде всего, на этнографических материалах.

Свадебный обряд – один из семейных обрядов, оформляющий вступление в брак; представляет собой обряд «перехода». Название «svatbba» в качестве обозначения собственно свадьбы и свадебного обряда в целом встречается во всех славянских языках: рус. «свадьба», болг. «свадба» и др. Другая группа названий – термины с корнем vessel: пол. «wesel», белорус. «вяселле» [2, с. 866]. Социальное содержание свадебного обряда заключается в создании новой семьи ради продолжения рода и в преобразовании семейно-возрастного положения членов двух родов; учреждении родства между вступающими в брак и публичном признании их нового общественного положения, а также в установлении новых родственных связей между членами их семей и придании им нового статуса.

В летописных сводах упоминаются два различных вида брака, свойственных разным славянским племенам. Как пример, о полянах пишется: «Поляне имеют обычай отцов своих кроткий и тихий, стыдливы перед снохами своими и сестрами, матерями и родителями; перед свекровями и деверьями великую стыдливость имеют; имеют и брачный обычай: не идет зять за невестой, но приводит ее накануне, а на следующий день приносят за нее – что дают». У древлян «браков... не бывали, но умыкали девиц у воды». У радимичей, вятичей и северян браков также не было, но «устраивались игрища между селами, и сходились на эти игрища, на пляски и на всякие бесовские песни, и здесь умыкали себе жен по сговору с ними; имели же по две и по три жены» [1, с. 95].

Свадебный обряд состоит из нескольких этапов: 1) предварительные (канун) – свадебный сговор, сватовство, смотрины и обручение, обход и приглашение гостей (оглашение в церкви), девичник, мальчишник; 2) собственно свадьба – очистительные действия, свадебный поезд, церемония заключения брака (в христианский период – венчание), въезд в дом супруга, пир; 3) завершающие (послесвадебные) ритуальные действия.

Начальный этап – свадебный сговор (канун свадьбы) – включает сватовство, смотрины и обручение. На этом этапе достигается окончательная договоренность сторон о браке, и определяются новые родственные связи между семьями жениха и невесты.

Сватовство, являющееся первым этапом свадебного обряда, хорошо известно по украинским этнографическим материалам. Обычно в качестве сватов выступают два пожилых уважаемых мужчины; один из них непременно является родственником жениха. Сваты представляются охотниками, которые охотятся на куницу (в других вариантах – на зайца, ласку, певчую птичку и т. д.), которая спряталась в этом доме. Тем временем жених, который не заходит в дом, а остается в сених, обычно уже отыскал невесту, которую мать в таких случаях высылает из дома; жених с другом входят в дом и тянут за собой невесту (актуализация мотива похищения девушки, сохранившегося с древнейших времен). После этого сваты уже всерьез просят мать девушки отдать дочь в жены их парню. Мать и отец спрашивают у дочери ее согласия. Если девушка согласна, то родители невесты преподносят сватам подарки: вышитые полотенца (укр. «рушники»). Если же девушка отказывалась, то сваты получали в качестве выкупа за невесту «гарбуза» (укр. – тыкву), что означало отказ от предложения вступить в брак [1, с. 105].

Через пару дней после официального сватовства отец невесты наведывался в дом жениха с целью осмотра хозяйства (другие названия обряда – «печеглядни» и «дворосмотрины»). Осматривали жилой дом, все хозяйственные постройки, расспрашивали о состоянии домашнего скота и о том, чем его кормят. Интересовались домашней утварью, в первую очередь медной посудой, очень ценимой в русских деревнях. Родители девушки хотели знать, в какой дом отдадут свою дочь и в каких условиях ей предстоит жить. Результаты осмотра сказывались на окончательном решении семьи невесты. Если хозяйство жениха приходилось по душе, то осмотр заканчивали застольем. В противном случае за стол не садились. В день осмотра женихова хозяйства обе семьи договаривались о домотканых подарках, которые невеста приносила в дом будущего мужа, а также об отдельно оговоренных подарках для каждого члена новой семьи (родственникам жениха – по полотенцу, самому жениху – вышитую рубашку и кальсоны, а будущей свекрови – три рубашки, отрез материи на сарафан и платок на голову) [2, с. 874].

На смотрины невесты отправлялась специальная смотрительница, в роли которой выступала какая-нибудь родственница или мать жениха. Жених довольствовалась той информацией о невесте, которую ему передавала смотрительница. Начиная с XVI–XVII вв., на смотрины нередко съезжался весь свадебный поезд жениха, включая его самого. Для девушки смотрины были первым свадебным испытанием, во время которого ей нередко приходилось пройти через ряд унижительных, с современной точки зрения, обычаев (например, осведомление о здоровье и телесный осмотр). Невесту наряжали в самое лучшее платье, на лицо набрасывали покрывало и приглашали в помещение, где собрались гости. Смотрительница заводила беседу с девушкой, стараясь выяснить, умна ли та, хороша ли, прилежна и т. д. Во время смотрин невеста хранила полное молчание: болтливость девушки накануне свадьбы считалась большим недостатком. Если после смотрин отец жениха целовал невесту в обе щеки, это означало, что он одобряет брак [3, с. 264].

Как итог сговора – обручение ритуально и терминологически объединяется с предыдущими церемониями, а как церемония, играющая роль предварительного бракосочетания, соотносится с собственно свадьбой, с которой имеет ряд сходных ритуальных действий. Далее, в период подготовки к свадьбе, происходит церковное оглашение помолвки, обход с приглашением гостей на свадьбу и приготовление приданого.

Перед самой свадьбой был обычай мытья в бане невесты. Омывание в бане в этот период преследовало две цели: во-первых, уберечь девушку от вреда, который может быть причинен

ей колдовством или нечистой силой; во-вторых, дать невесте попрощаться с подругами и с девичьей жизнью. Такое омовение сопровождается ритуальными песнями и причитаниями.

Собственно, этап свадьбы у русских и отчасти белорусов совпадает обычно с днем венчания и начинается с приездом поезда жениха за невестой (утром этого дня еще могут продолжаться обряды кануна свадьбы, т. е. девичника, который нередко длится всю ночь) и заканчивается на следующий день (второй день свадьбы). Когда свадебный поезд приближается к дому невесты, ворота оказываются запертыми, и нередко перед ними стоит группа молодых людей, вооруженных дубинками. Переговоры о том, чтобы жениха пустили, ведутся одновременно с матерью невесты, которая находится внутри дома, и с молодыми людьми перед воротами. Все это время невеста сидит за столом рядом с мальчиком, своим братом или другим родственником. Потом происходит выкуп невесты у ее брата; обряд называется «продажа сестриной косы» [2, с. 881]. После этого происходит обмен подарками. Невесте надевают головной убор замужней женщины и в дом торжественно вносят ритуальный хлеб, каравай. Старший боярин разрезает его и дает по куску всем присутствующим. После ужина невеста прощается с подругами, причем, иногда исполняются жалостливые песни, схожие с погребальными причитаниями (свидетельство «перехода» – «смерти» невесты для своего рода и «рождения» в роду мужа). Дабы оградить невесту от нечистых сил, на венчание едут одной дорогой, а возвращаются – другой. Потом все ее имущество складывают в телегу или сани, которые привезли из дома жениха. После того как невеста получит родительское благословение, бояре сажают ее в телегу и бросают ей в ноги связанную черную курицу, которую молодая должна первым делом принести в жертву печи в своем новом жилище [3, с. 279].

У ворот дома жениха разжигают длинный костер, через который переезжает невеста и весь свадебный поезд. Целью этого ритуала является своеобразное очищение девушки. Невеста молча входит в свой новый дом, где, прежде всего, выпускает привезенную с собой черную курицу. Фактически, на этом свадебный обряд и заканчивается. Постель молодоженам расстилают в амбаре, на соломе, с мешком зерна в головах [3, с. 284].

Конец свадьбы – заключительный этап. Состоит из комплекса очистительных, испытательных и посвячительных обрядов и взаимных родственных визитов, передающих семантику завершения и ритуального обновления. Омовение молодых происходит, по обыкновению, на второй день после свадьбы. Весь свадебный поезд с музыкантами отправляется на реку или к колодцу, где молодых обливают водой; иногда молодой ведет свою жену за руку вдоль реки или через реку. У славян, проживающих в более суровом климате, молодые по обычаю мылись в бане или же в бадье, иногда их валяли в снегу или обливали колодезной водой. Конец свадьбы как завершающая фаза ритуального «перехода» соотносится с кануном свадьбы, как и с вступительной фазой: они оформляются «симметричными» обрядами и ритуальными действиями и противопоставляются друг другу как горе (плач, оплакивание) и радость (веселье, смех, шутовство).

Исходя из вышесказанного, в структурном отношении свадебный обряд является сложным процессом преодоления временно-пространственной преграды. Сам процесс «перехода» проявляется в мотивах купли-продажи, военной и охотничьей добычи, а также в символическом осмыслении свадьбы в категориях технологических операций (заквашивание и изготовление хлеба, плетение, прядение и тканье), природных циклов (вегетация, смена годовых сезонов, дня и ночи), вкусовых ощущений (смена горького сладким). Особенно актуально символическое противопоставление мужского и женского начала, своего и чужого, старого и нового, чета и нечета, плача и веселья, символы жизни и смерти, судьбы и доли, воли, любви, богатства и благополучия. Парные категории подчеркивают характер обряда (переход, плодородие (репродуктивный смысл)), сохраняющиеся в трансформированном виде в современной свадебной церемонии.

Библиографический список

1. Боровский Я. Е. Мифологический мир древних киевлян. Киев, 2011.
2. Славянские древности: Этнолингвистический словарь: В 4 т. Т. I / Под ред. Н. И. Толстого. М., 1995.
3. Сумцов Н. Ф. Народный быт и обряды. М., 2014.

УДК 94(47).025

В. В. Якимова

студент кафедры эксплуатации и управления аэрокосмическими системами

Т. М. Смирнова

д-р ист. наук, проф. – научный руководитель

ЯЗЫЧЕСТВО И ХРИСТИАНСТВО: ПРОБЛЕМА ДВОЕВЕРИЯ НА РУСИ

Двоеверие на Руси – один из интереснейших феноменов в истории и культурологии. В этой работе рассматривается этот вопрос не столько с религиозной точки зрения, сколько с исторической и философской.

Начнем с язычества – религии, основанной на веровании в нескольких богов одновременно (Велес, Сварог, Перун, Хорс). Сегодня язычество понимается не как религия, а как совокупность религиозных и культурных убеждений, в то время как веру в нескольких богов обозначают как «политеизм» или «этническая религия».

Славянское язычество начало формироваться примерно во II–I тысячелетии до нашей эры под влиянием индоевропейской культуры, когда славяне стали из нее выделяться в самостоятельные племена. Перемещаясь и занимая новые территории, славяне знакомились с культурой своих соседей и перенимали определенные черты у них. Но язычество трансформировалось, и в каждом племени появились свои особенные ритуалы, свои названия для богов и сами божеества. К VI–VII вв. религия восточных славян довольно ощутимо отличалась от религии западных славян.

В 988 г. при князе Владимире I в качестве государственной религии Руси было принято христианство, хотя княгиня Ольга приняла крещение еще раньше. Почему Владимир выбрал именно православие, то есть восточный вариант христианства? Ответ на этот вопрос следует искать как в личности князя Владимира, так и в анализе социально-политических процессов, которые происходили в то время в Киевской Руси.

Князь Владимир осознавал, что языческий политеизм не соответствует политическим и духовным потребностям государства. Язычество не обеспечивало этнокультурного единства всех племен и земель Киевской Руси. Хотя стоит отметить, что главным фактором был скорее политический, нежели духовный. В 980 г. Владимир предпринял первую и неудавшуюся религиозную реформу, суть которой состояла в попытке слияния разнородных богов всех племен Киевской Руси в единый пантеон во главе с княжеским богом Перуном. Попытка эта не удалась, поэтому Владимиру предстояло выбрать для Руси новую религию вместо устаревшего язычества. Существует даже предание, что Владимир отправил своих послов в разные уголки мира для определения наилучшей веры. Выполнив задание Великого князя, послы вернулись и однозначно отдали предпочтение православию из-за красоты его храмов и того душевного подъема, который они в них ощутили. Мы никогда не узнаем, так ли это на самом деле, хотя сложно не признать это предание занимательным.

Но вернемся к причинам. Ведь совсем иные обстоятельства сыграли главную роль в принятии православия. Решающим фактором обращения к религиозному опыту Византии явились политические, экономические, культурные связи Киевской Руси с этим государством. В системе византийской государственности духовная власть занимала подчиненное положение по отношению к светской власти императора. Это соответствовало политическим устремлениям князя Владимира. Не последнюю роль сыграли и династические соображения. Принятие православия открывало дорогу для брака Владимира с сестрой византийского императора Василия II принцессой Анной, так как Василий отказался отдавать Анну в «страну варваров» – Русь. И только захват византийской колонии Херсонес (Корсунь), где Владимир крестился, заставил Византию заключить эту сделку.

После этого Владимир назначил день всеобщего крещения киевлян и, как полагают, выпало это событие на 1 августа 988 г. По Киеву был оглашен указ: «Если кто не придет завтра на реку – богатый или бедный, нищий или раб – будет мне враг!».

Распространение христианства зачастую встречало сопротивление населения, почитавшего своих языческих богов. Именно поэтому христианство утверждалось медленно. На окраинных землях Киевской Руси оно установилось много позднее, чем в Киеве и Новгороде, да и в самом Новгороде крещение превратилось в «кровавое» действие: тех, кто не желал принимать крещение топили, привязывали к столбам, искореняли тысячами. А всех языческих священнослужителей – волхвов – просто убивали. Тут стоит упомянуть тот интересный факт, что, приняв христианство, Владимир отменил смертную казнь, так как это считалось грехом. Но позднее смертная казнь вернулась. Как гласит «Повесть временных лет», вскоре к нему прибежали взволнованные греки. «Почему не казнишь разбойников?», – спросили они. «Греха боюсь», – откликнулся князь, – «как говорил господь: «Не убий», «Не судите, да не судимы будете, прощайте, да прощены будете» и так далее». Попы, ничуть не смутившись, тут же процитировали послание Павла к римлянам: «Начальник есть божий слуга тебе на добро. Если же делаешь зло, бойся, ибо он не напрасно носит меч: он божий слуга, отмститель в наказание делающему злое». «Так что ты для того и поставлен богом, чтобы различать добрых и злых». С этими словами возвращается и смертная казнь.

И страшно представить, сколько людей погибло из-за нежелания принять новую веру. Владимиру ничего не оставалось, кроме как искоренить неверных, ведь целью было именно создание централизованного государства, и было бы это возможно, если бы он оставил непокорных? Но и народ в этой ситуации понять можно. Сотни лет люди жили со своими богами, и вот за один день они должны предать все, во что верили, и принять новое учение. Если для Владимира христианство приносило политические и экономические выгоды, то для народа, язычество которого было его образом жизни, это неприятие вполне понятно. Поэтому действия Владимира, хоть и сложно оправдать, но понять вполне можно. Управление государством требует непростых решений, и часто из-за этих решений страдает именно обычный народ.

Но время, которое заняло вытеснение язычества, не может не поражать. Так, официальная дата принятия христианства – 988 г., а фактически христианство устанавливалось вплоть до XVI–XVII вв. Но до сих пор мы можем увидеть некоторые отголоски язычества в нашей жизни.

Причины этого стоит искать в том, что подобная массовость в неприятии новой веры заставляла религиозных деятелей искать особые пути для христианизации. Одним из ее проявлений стало приурочивание языческих праздников к христианским.

Так, Рождество естественно для многих слилось с чествованием языческого божества торжеств и мира Коляды. И никого не удивляет, что в рождественскую ночь по домам ходят ряженые дети и молодежь и колядуют – желают хозяевам счастья и добра, получают гостинцы. И самый светлый праздник Пасхи вобрал в себя языческую Радуницу – день памяти по умершим, когда ушедших родных и близких поминают едой, что не принято в христианстве. Одна из интересных традиций, которой не было у христиан: кости, оставшиеся после праздничного обеда, зарывали на пашнях с целью предохранения их от града, ударов молнии.

День Ивана Купала был приурочен к празднику в память о Рождестве св. Иоанна Предтечи, Крестителя Господня. В крестьянском календаре это день летнего солнцестояния. В народном сознании в этот день особая сила приписывалась всем природным стихиям – огню, воде, земле, а также растительности. Крестьяне совершали многочисленные обряды с использованием охранительных, очистительных и продуцирующих свойств растений и природных стихий: возжигали купальские огни, купались в водоемах, обливали всех встречных водой, катались по росе и земле, собирали целебные травы. И нельзя не упомянуть такой праздник, как Масленица. Кроме этих праздников существует множество других, которые также приурочены к сельскохозяйственному календарю, в частности, к посадке и уборке тех или иных культур. До сих пор в календарях указывают праздник того или иного святого и какие-либо сельскохозяйственные и погодные приметы и советы.

Таким образом, многие христианские праздники были ассоциированы с языческими, и пронизывались приметами и различными ритуалами. Это сделало переход от одной религии к другой не таким болезненным для народа.

Но даже для церкви, всецело поддерживаемой государством, оказалось не под силу искоренить устное народное творчество – песни, пословицы и поговорки, носящие языческий характер. Можно было уничтожить тотемы и изображения языческих богов, но остались различные обереги, суеверия, приметы, а также приписывание предметам магических свойств. В сознании людей сохранились верования в таких мифических созданий, как домовые, лешие, русалки и т. д.

Фактически, люди того времени были двоеверцами. Но вот прошло уже более тысячи лет, а двоеверие в той или иной форме продолжает существовать. Например, различные приметы, гадания, суеверия, талисманы существуют и в наше время. Возможно, это вовсе не двоеверие, а со временем на Руси произошел своеобразный синтез двух религий, под влиянием разного рода факторов, таких, как привязанность народа к земле и сельскохозяйственному труду, силе наследственных связей, сильного русского характера. И в результате этого синтеза сформировалась новая религиозная система, которая подходит для русского народа, которую он готов принять и понять.

Поколение за поколением люди передавали свои знания детям, чтобы не потерять эту важную часть духовной составляющей жизни русского народа. Они не готовы были расстаться со старыми представлениями полностью, но и не могли пойти против воли государя и воздействия церкви. И вот, спустя многие годы, их наследие сохранилось. И не просто сохранилось, а соединилось с христианской культурой, образовав нечто синкретическое, соединяющее в себе «старое» и «новое», которое дошло и до нас. А мы, в свою очередь, отдавая дань русскому народу и его поразительному характеру, должны сохранять это наследие.

Реклама и современные коммуникации

УДК 316.77

В. И. Касаткин

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

В. Г. Казанская

д-р псих. наук, проф. – научный руководитель

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

PR в деятельности политических партий – это совершенно новое, бурно развивающееся направление деятельности, поскольку именно при помощи PR-технологий политическим партиям удается собирать голоса избирателей в свою поддержку.

Исходя из вышесказанного, особенно важной задачей PR-специалистов в политических партиях и общественно-политических движениях современной России является поиск и определение своей социальной базы, поддержание постоянных связей с ней, отслеживание изменений в ее настроении и взглядах на текущую политическую ситуацию.

Основными целями политической рекламы являются:

- ослабление социальной напряженности;
- создание массовых досуговых мероприятий для повышения активности населения;
- вовлечение социально неактивных городских масс в общественную городскую жизнь;
- создание заинтересованности общества к событиям, происходящим в городе;
- привлечение внебюджетных средств (крупного, среднего и малого бизнеса) в реализацию городских программ;
- формирование и улучшение городской среды;
- создание благоприятного имиджа городских властей.

Для удачного создания новостей и событий пресс-служба администраций, прежде всего, определяет, на кого будет рассчитано то или иное событие.

При определении объекта в старшей возрастной группе пресс-службы стремятся к охвату всех лиц преклонного возраста, независимо от бывшего места работы и сроков проживания в городе.

Эффективной и эффективной акцией является проведение «Ярмарки городских идей». На участие в ней нет никаких ограничений. Оргкомитет, в который входят представители общественности, рассматривает любые, даже самые «бредовые» идеи и предложения, какой бы сферы городской жизни они ни касались. При организации ярмарки отбирается авторитетное в городе жюри, составленное из людей, пользующихся уважением, поощряется участие в жюри представителей действующих в городе предприятий. Заранее объявляется призовой фонд за лучшие идеи, предложения, проекты. Главный смысл акции в том, чтобы показать, что город поддерживает, в том числе и материально (пусть и единоразово), тех, кто предлагает дельные идеи его развития.

Служба связей с общественностью в государственном секторе базируется на основополагающих принципах: демократии, обеспечения альтернативности и технологичности. PR-структуры в государственном секторе преследуют конкретные цели:

- обеспечение гласности, прозрачности и открытости в работе;
- обеспечение связей с гражданами и их объединениями;

- помощь сотрудничеству с гражданами, их объединениями в разработке и осуществлении программ решений; содействию в выполнении законодательства;
- способствованию становлению институтов гражданского общества.

Для достижения целей службы связей призваны выполнять ряд функций:

- нахождение контактов с гражданами и организациями, их расширение и поддержание;
- изучение общественного мнения и доведение до общественности информации о сущности принимаемых решений;
- анализ общественного мнения на действия должностных лиц и органов власти;
- снабжение органов власти прогнозными аналитическими разработками;
- формирование положительного имиджа власти и должностных лиц.

При выполнении перечисленных функций PR-структуры в государственном секторе занимаются:

- своевременным распространением через информационные агентства (печать, радио, телевидение) заявлений, пресс-релизов, которые призваны разъяснить деятельность государственных органов;
- освещением через средства массовой информации деятельности государственных органов при осуществлении реформ в кризисных ситуациях;
- проведением и организацией пресс-конференций, брифингов и встреч с отечественными и зарубежными журналистами, подготовкой материалов для печати;
- подготовкой фото- и печатных материалов, отображающих деятельность органов юстиции;
- организацией и проведением выступлений руководителей на радио, телевидении, освещением в печати существующих проблем;
- аккредитацией корреспондентов;
- развитием информационных связей с пресс-службами иных органов власти и министерств других государств;
- подготовкой документов об учредительской деятельности государственного органа, оказанием помощи в издании журналов и газет;
- анализом сообщений в СМИ.

Таковы основные функции связей с общественностью в политической сфере.

Следовательно, политическая реклама выполняет важную миссию – сплочение людей, повышение их активности и свободного волеизъявления.

УДК.659.77

В. С. Наумова

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

В. Г. Казанская

д-р псих. наук, проф. – научный руководитель

ИМИДЖ И РЕПУТАЦИЯ ВУЗА

Образовательные услуги в силу своей специфичности требуют особых средств продвижения. И здесь очень важны такие ценности: как история, репутация, имидж вуза. Имидж и репутация, складывающиеся в процессе деятельности вуза, оказывают влияние на его конкурентоспособность на образовательном рынке. Хорошая корпоративная репутация вуза увеличивает ценность всего, что делает образовательная организация и что пытается сказать. Плохая репутация вуза девальвирует стоимость всех его товаров и услуг и действует как магнит, который притяги-

вае все негативное: слухи, сплетни, отрицательные мнения, отказ от приобретения образовательного товара или образовательной услуги.

Говоря об имидже вуза, мы имеем дело с так называемым корпоративным имиджем, то есть имиджем организации, общественной структуры. Итак, *корпоративный имидж вуза* – это общее представление, состоящее из набора убеждений и ощущений, которое складывается у потребителей образовательных товаров и услуг об учебной организации. *Корпоративная репутация вуза* – ценностные характеристики, вызываемые корпоративным имиджем вуза, сложившимся у потребителей товаров и услуг.

Понятие имиджа вуза включает две составляющие: информативную, которая представляет собой образ организации, сложившийся в сознании населения; и оценочную, которая отражает качественную оценку населением деятельности организации и существует в силу того, что любая информация о вузе побуждает оценки и эмоции, которые могут обладать различной интенсивностью, могут приниматься или отвергаться общественностью.

Образ и оценка поддаются лишь условному концептуальному различению. В реальности они неразрывно связаны. Люди оценивают имидж университета через призму своего прошлого опыта, дальнейших планов на жизнь, ценностных ориентаций, общепринятых норм, принципов и т. д.

Обратимся к имиджу вуза и его формированию средствами ПР.

Имидж должен соотноситься с реальным образом и должен быть ориентирован на конкретную группу. Имидж вуза формируется для решения тактических задач, он постоянно развивается, должен соответствовать моде. Репутация, на наш взгляд, более консервативная часть имиджа вуза. Это, как бы устоявшаяся и разделяемая подавляющим большинством клиентов вуза целостность их представления о нем, сформировавшаяся в течение длительного времени и на основе опыта взаимоотношения вуза с клиентом.

PR в образовании – это попытка удовлетворить интерес к образовательному учреждению и его образовательным услугам путем передачи имеющейся информации через различные каналы, в основном, на бесплатной основе. Это также организация общественного мнения в целях наиболее успешной работы образовательного учреждения и повышения его репутации.

Интересно, что именно заведения высшего образования в США одними из первых приступили к систематической деятельности по получению поддержки общественности. Первопроходцем в этой области стал Мичиганский университет, учредивший отдел PR еще в 1897 г. Усиление конкуренции за источники финансирования и учащихся вынудило частные учебные заведения создать аналогичные программы. По мере того, как классическое образование уступало новым курсам обучения, отвечающим требованиям XX в., по мере того, как рос спрос новые знания и исследования, по мере того, как резко усилилась нужда в деньгах, руководство колледжей все чаще обращалось к паблисити и, в конечном счете, к PR.

Российские образовательные учреждения лишь недавно стали действующими субъектами рыночных отношений. Именно это повлияло на развитие рекламы и PR в частных и государственных вузах.

Рынок образовательных услуг динамично развивается, в настоящее время он представлен 341 образовательным учреждением высшего профессионального образования и свыше 900 их филиалами. Понятно, чтобы не потеряться на фоне всего этого многообразия, чтобы обеспечить себе конкурентоспособность и, возможно, даже стать образовательным брендом, учебному заведению необходимо активно использовать средства PR. Именно поэтому, сегодня важной социально-идеологической структурой современного вуза становятся PR-служба, основная цель деятельности которой – формирование информационной среды образовательного заведения, продвижение деятельности вуза на рынке образовательных услуг, усиление положительного общественного мнения о вузе, повышение его роли и влияния в обществе, регионе; поддержание корпоративного духа среди студентов, преподавателей и сотрудников учебного заведения.

В процессе своего функционирования PR-служба учебного заведения вынуждена решать две группы проблем: взаимодействие с внешней средой (целевая аудитория – абитуриенты, их родители, руководители бизнеса, потенциальные работодатели, правительственные структуры, выпускники) и использования ресурсов внутренней среды (целевая аудитория – студенты, профессорско-преподавательский состав, сотрудники вуза). Исходя из этого, в процессе исследования нами было выделено два направления PR-деятельности образовательного учреждения: «внешний» PR и «внутренний» PR.

«Внутренний PR». Основная задача внутреннего (внутрикорпоративного) PR – организация целевого информационного воздействия на внутреннюю аудиторию, то есть студентов, сотрудников вуза; формирование корпоративной политики и культуры. Этого можно добиться за счет использования различных PR инструментов. PR вузов – малобюджетный PR. Ограниченность финансовых средств диктует необходимость ресурсов креативных. Как сказал один физик: мы бедны, поэтому должны хорошо думать!

Среди разнообразного репертуара коммуникативных приемов, методов и технологий PR наиболее продуктивны и интересны для вузов событийные коммуникации (specialevents).

В настоящее время именно правильно выстроенная информационная политика вуза, направленная на формирование общественного мнения, является основным инструментом создания его позитивного имиджа (С.Н.Павлов, 2012), так как в современных условиях «информационный фактор в формировании имиджа вуза выходит на передовые позиции, где ключевым вопросом является проблема информирования населения о деятельности вуза». Современные исследования показывают, что потенциальные студенты для получения информации о вузе прежде всего используют электронные источники. Интернет-сайт является своеобразным «лицом» вуза и должен отличаться удобством и простотой использования, единством стиля и визуальной привлекательностью, возможностью обратной связи и в то же время соответствовать требованиям, общепринятым по отношению к вузовским сайтам. В качестве дополнительного источника информации о вузе, привлечения внимания общественности, реализации имиджевых задач возможна организация специальных событий по важным для вуза поводам для трансляции его корпоративных ценностей.

Однако, как отмечают исследователи, потенциальные студенты могут даже страдать от «информационной перегрузки» из-за различных маркетинговых мероприятий по распространению информации о вузе. Поэтому именно понимание информационных потребностей абитуриентов при выборе ими вуза имеет первостепенное значение для определения сроков и содержания маркетинговой деятельности, для формирования более эффективной имиджевой стратегии.

Можно отметить, что формирование и поддержание позитивного имиджа вуза, управление им в современных условиях – значительный и не до конца используемый резерв для более эффективного позиционирования вуза на рынке образовательных услуг. Основной целью формирования имиджа является повышение конкурентоспособности образовательного учреждения на рынке образовательных услуг, привлечение потребителей и инвестиций, установление и расширение партнерских отношений с другими образовательными и научными организациями. Цель создания имиджа вуза, по мнению исследователя коммуникаций Е. А. Измайловой, состоит в том, чтобы у студентов сложился образ, способствующий достижению целей и задач, которые ставит руководство вуза.

УДК 659.77

А. В. Персидина

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

В. Г. Казанская

д-р псих. наук, проф. – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ВИДОВ РЕКЛАМЫ

Современная реклама как особый механизм влияния на потребителей услуг или товаров может достичь цели тогда, когда использует всю информацию об их качестве и тех, кому они предназначены. Для этого требуется знание потребителей. Поэтому виды рекламы должны отражать их запросы. В связи с этим рассмотрим их потребности и особенности.

1. *Местная реклама* в противовес национальной и региональной относится к рекламе фирм в рамках отдельного места жизни людей направлена на потребителей в том же географическом районе.

Зачастую местная реклама ассоциируется с розничной рекламой, так как в ряде случаев она выполняется розничными магазинами. Однако розничная реклама не обязательно является местной – она также может быть национальной и региональной.

Местных рекламодателей можно разделить на три основные категории: (1) дилеры национальных или региональных фирм, специализирующиеся на одном товаре или группе товаров (Тойота, Макдональдс); (2) магазины, имеющие в продаже целый ряд товаров различных фирм, предоставляемых им обычно на неэксклюзивной основе, например универмаги; (3) специализированные фирмы, магазины и услуги (музыкальные магазины, мастерские по ремонту обуви, цветочные магазины, салоны красоты, туристические агентства). Очевидно, что реклама на местном уровне для каждой из этих трех категорий будет иметь разные цели и подходы.

2. *Корпоративная реклама* – это реклама не отдельного продукта или класса продуктов, а самой фирмы. Целью такой рекламы является демонстрация обществу значения деятельности фирмы для экономики страны в целом или отдельной отрасли, ее вклад в решение важнейших задач благосостояния народа. Такая реклама в последнее время часто появляется как на телевидении, так и в прессе. Среди фирм, которые прибегают к такого рода рекламе, такие, как коммуникационная компания МЕГАФОН, «Газпром», «Норильский никель», Банк ВТБ и др.

Данная реклама призвана улучшать имидж фирмы в глазах потенциальных покупателей, а также ее партнеров, создать у большей части общества благоприятное представление о фирме и производимых ею товарах. Этот же подход лежит и в основе такого явления, как спонсирование крупными российскими компаниями отдельных спортивных команд или трансляций наиболее популярных видов спорта, что очень важно сегодня для поднятия престижа российского спорта, (подобный вид рекламы редко содержит рекламную информацию, заключается в склонении определенного сегмента покупателей к точке зрения компании.).

3. *Некоммерческая нетоварная реклама* – это реклама любых нетоварных предложений, не связанная с конечной целью извлечения прибыли. В качестве объекта некоммерческой рекламы выступает некоммерческий продукт, представленный как в осязаемой форме (организация, персона, проект, действие), так и неосязаемой (идеи, отношения, практики). Как правило, такой продукт предназначен для осуществления определенных целей в соответствии с интересами и потребностями той или иной общественной группы.

Некоммерческая реклама использует те же средства, что и коммерческая.

Их различают лишь цели. Стратегической целью любой некоммерческой рекламы является изменение поведенческой модели общества по отношению к объекту рекламы, а не реализация товаров или услуг. Вторым отличием является направленность. Чаще всего некоммерческая реклама ориентирована не на узкую целевую группу потребителей, а на все общество или отдельную общественную группу.

4. *Коммерческая реклама* – это реклама товаров, услуг и других товарных и нетоварных предложений с конечной целью извлечения прибыли. Стратегической целью любой коммерческой рекламы является стимулирование сбыта и/или создание спроса на тот или иной товар или услугу. Предметом коммерческой рекламы могут являться как товары и услуги, так и другие предложения – организации, идеи, личности, места, события, виды деятельности, то есть все то, что предлагается для реализации на том или ином рынке (рынок предметов потребления, рынок услуг, политический рынок, рынок рабочей силы и так далее).

Коммерческая реклама в своей основе – это, прежде всего, экономическое явление, которое оказывает значительное влияние на субъекты рынка и на участников экономических отношений. Она формирует спрос и стимулирует сбыт, и тем самым способствует росту оборота товаров и услуг, а, следовательно, и производства. Высокий жизненный уровень развитых экономик базируется на системе массового производства, которая, в свою очередь, полностью зависит от системы массового сбыта. Коммерческой рекламе отведена одна из ключевых ролей в обеспечении массового сбыта. Таким образом, коммерческая реклама способствует экономическому развитию общества.

5. *Международная реклама*, представляя собой одну из форм коммуникации и пропагандируя продажу товаров, услуг, идей, политических позиций, мнений и ценностей, в определенной степени способствует процессу взаимопонимания и сближения стран.

Развитию международной рекламы во многом содействует научно-технический прогресс, развитие новых средств связи и информации.

6. *Политическая реклама* – это реклама, направленная на изменение политического поведения общества или его части в условиях политического выбора. По своим принципам и функциям она представляет собой комплекс специфических форм и методов неличного представления и продвижения политических сил, идей и практик, способствующих как изменению общества в целом, так и достижению отдельных политических целей.

Политическая реклама не направлена на получение прибыли, следовательно, является некоммерческой, наряду с социальной и конфессиональной рекламой. Вместе с тем, политическая реклама использует те же средства, что и коммерческая. Их различают лишь цели. Стратегической целью любой политической рекламы является изменение в сознании и поведении общественных групп по отношению к объекту рекламы. Как и коммерческая реклама, политическая реклама благодаря своей тиражности, многообразию, лаконизму и эмоциональности обладает значительными возможностями воздействия на массовое сознание.

В качестве объекта политической рекламы выступает как осязаемый политический продукт (политическая организация или объединение, политический деятель, политический проект, политическое действие), так и неосязаемый (политические программы, инициативы, идеи, отношения, практики), предназначенный для осуществления определенных общественных изменений.

УДК 316.77

П. С. Суворова

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

В. Г. Казанская

д-р псих. наук, проф. – научный руководитель

ИМИДЖ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

В обыденном понимании слово «имидж» употребляется по отношению к человеку или организации в двух смыслах: как внешнее впечатление и как репутация. Можно сказать, что имидж – это образ, включающий внутренние и внешние характеристики соответствующего объекта.

Имидж любой организации – многофакторный феномен. Можно рассматривать его как тройную составляющую:

– реальный имидж: восприятие организации потребителями, сложившееся на данный момент после комплекса рекламных и иных воздействий. Здесь могут отражаться социально-культурные и исторические стереотипы, сложившиеся в данном обществе; цели, ценности и философия компании;

– желаемый имидж: тот образ или представление о себе, которое компания хотела бы сформировать у целевой аудитории и которое могло бы повысить эффективность достижения ключевых результатов;

– необходимый имидж: такое восприятие компании ее потребителем, которое действительно повышает эффективность достижения ключевых результатов.

Структуру имиджа образовательного учреждения составляют представления общественности относительно организации, которые условно можно разделить на следующие группы (компоненты):

1. *Имидж продукта (услуги)* – это представления людей относительно уникальных характеристик, которыми, по их мнению, обладает услуга, оказываемая учебным заведением. Функциональная ценность образовательной услуги – основная выгода, которую она обеспечивает своему обладателю (выпускнику учебного заведения) в социуме, например, способность к быстрой адаптации в современных быстро меняющихся условиях, владение профессиональными умениями и навыками, умение использовать полученные знания при решении профессиональных задач и т. д.

2. *Имидж потребителей услуги* – это представления о стиле жизни, общественном статусе и характере потребителей образовательной услуги (учеников, студентов, курсантов и т. п.). Под стилем жизни понимают индивидуальные социально-психологические особенности поведения и общения людей. Характер потребителей представляет собой совокупность устойчивых психологических черт личности, оказывающих влияние на ее поведение.

3. *Внутренний имидж организации.* Под внутренним имиджем организации понимают представления сотрудников о своей организации. Здесь особое значение имеют такие понятия как культура организации и социально-психологический климат в организации. В результате успешной социальной адаптации новые работники становятся носителями *культуры организации* и в последующем передают ее новому поколению.

4. *Социально-психологический климат в организации* – социально-психологическое состояние коллектива образовательного учреждения, результат совместной деятельности людей, их межличностных отношений, детерминированных не столько объективными условиями, сколько субъективной потребностью людей в общении, и ее удовлетворением. Большое значение имеет внимание учебного заведения к личности учащегося, его нравственному, духовному, эмоциональному, физическому развитию (наличие скоординированной работы и сложившихся традиций по этим направлениям).

5. *Имидж основателя и основных руководителей организации* включает представления о намерениях, мотивах, способностях, установках, ценностных ориентациях и психологических характеристиках основателя учебного заведения.

Позитивный имидж руководителя учебного заведения также является важной составляющей имиджа образовательного учреждения в целом, особенно в реализации коммуникаций в сфере профессиональной деятельности (учреждения-конкуренты, учреждения-партнеры, органы управления). Формирование имиджа руководителя связано с выполнением им функций администратора, организатора, специалиста, общественного деятеля и проявляющимися при их выполнении личностными качествами.

Все компоненты имиджа руководителя можно свести к трем группам:

– персональные (тип личности, свойства характера, качества личности, физические особенности);

– социальные (образование, биография, стиль жизни, система ценностей, общественный статус);

– профессиональные (тип руководителя и его статус в коллективе, степень владения профессиональными методами и технологиями управления коллективом, наличие навыков стратегического планирования, организаторских умений, способностей к объективной независимой оценке, прогрессивному развитию).

При этом следует учесть также параметры имиджа руководителя, не относящиеся к его основной деятельности: прошлое, семья, окружение, досуг и интересы.

6. *Имидж персонала* – это собирательный обобщенный образ сотрудников учебного заведения, раскрывающий наиболее характерные для него черты. Это:

- мнение о квалификации и профессиональных качествах педагогов и сотрудников;
- мнение о личностных качествах, особенно педагогов и воспитателей;
- мнение о стиле поведения и внешнем облике;
- мнение о возрастном и половом составе педагогического коллектива и др.

7. *Визуальный имидж организации* – это такие представления об образовательном учреждении, субстратом которых являются зрительные ощущения, фиксирующие информацию об интерьере и фасаде зданий, аудиторий, внешнем облике сотрудников и слушателей, а также фирменной символике.

Самым крупным элементом визуального имиджа организации является фирменный стиль, относящийся к сфере корпоративной рекламы. Фирменный стиль достигается с помощью особого дизайна и охватывает все, что создает физическое единообразие: фирменный цвет, логотип, унифицированная форма одежды, внешний вид зданий, печатной продукции и прочих мелочей, таких как значки служащих, корпоративные сувениры.

8. *Социальный имидж организации* – это представления широкой общественности о социальных целях и роли организации в жизни общества. Социальный имидж организации может быть выражен посредством миссии, философии, о которых мы говорили выше.

9. *Бизнес-имидж учебного заведения*. Здесь в качестве основных детерминантов выступают деловая репутация, соблюдение этических норм деятельности школы/вуза в осуществляемой ею/им предпринимательской деятельности, деятельности по осуществлению неких проектов с привлечением средств из разных источников, а также деловая активность.

Сегодня образовательным учреждениям необходимо умение продвигать себя на рынке образовательных услуг, используя те возможности, которые позволяют сделать результат их деятельности более открытым для потребителя. Репутация университетов складывается из целого ряда факторов и формируется на протяжении длительного времени, и в этом процессе информация для всей заинтересованной общественности о качестве образовательных услуг играет основополагающую роль, а продуманная стратегия использования маркетинговых коммуникаций для позиционирования образовательного учреждения делает этот процесс более эффективным и планомерным.

Можно выделить следующую последовательность формирования имиджа.

1. Определение реальных характеристик организации, т.е. выделение всех достоинств и недостатков фирмы.

2. Выделение типичного круга потребителей, то есть определенного сегмента на рынке образовательных услуг.

3. Выделение достоинств, важных для типичных клиентов.

4. Формирование социальных характеристик фирмы, которые привносятся самой организацией в общественное мнение. В конечном счете, это приводит к формулированию миссии фирмы.

История вуза представляет собой отображение деятельности вуза с момента его возникновения и до настоящего времени, передаваемое в виде определенных материальных и духовных составляющих.

Реклама представляет собой платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой коммуникации другие виды связи, агитирующие в пользу вуза. Сюда же мы относим применение такого средства маркетинговых коммуникаций, как неформальные вербальные маркетинговые коммуникации (генерируемые слухи).

В заключение отметим, что очень трудно создать универсальный имидж, благоприятный для всех групп людей, взаимодействующих с вузом. Чем точнее и конкретней имидж, тем более вероятно, что он будет пригоден только для определенных потребителей, но в то же время будет вызывать реакцию отторжения у других. Это серьезный недостаток, избавиться от него помогает формирование нейтрального имиджа. Такой имидж отсекает только немногочисленные крайности среди потребителей. Суть его состоит в том, что человеку не навязывается отношение к вузу или установки к нему. Если его имидж не вызывает положительных эмоций, то он не должен, по крайней мере, вызывать и отрицательного отношения.

УДК 659

Е. Б. Чепкасова

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

В. Г. Казанская

д-р псих. наук, проф. – научный руководитель

PR В ОБРАЗОВАНИИ

Средства, технологии и приемы маркетинга, используемые вузом в процессе его рыночной деятельности, являются традиционными и учитывающими его специфику. В отличие от других предприятий производственной сферы, у услуг вуза имеются следующие отличительные особенности, а именно:

- нацеленность на преобразование личности клиента;
- активное вовлечение потребителей в процесс оказания образовательных услуг;
- усиление потребности в образовательных услугах вуза по мере ее удовлетворения;
- социальная ответственность при подготовке специалистов.

Основными инструментами маркетинговых коммуникаций вузов традиционно являются реклама, PR), паблисити (комплекс стимулирования, популяризация, пропаганда), личные контакты, а также мероприятия в рамках прямого маркетинга. В настоящее время, проводя ставшие традиционными рекламные кампании, многие вузы используют новые подходы, средства и приемы, в т. ч. мультимедийную рекламу. В рамках PR-акции в поддержку кампании по новому набору используются современные маркетинговые приемы, например, проведение дней открытых дверей с использованием креативных коммуникационных программ.

В практике применения маркетинга передовые вузы расширяют комплекс продвижения за счет включения дополнительных маркетинговых технологий – TTL (проектного маркетинга), BTL-акций, спонсорства, технологий брэндинга и др.

Интернет можно рассматривать как один из мощнейших каналов маркетинговых коммуникаций. Он имеет дополнительные преимущества по сравнению с традиционными инструментами маркетинга в части контентного представления информации, а именно:

- возможность представить посетителю сайта всю информацию о деятельности организации, товара или услугах максимально подробно;
- постоянное наполнение и обновление существующей информации на сайте организации;
- возможность предоставить информации посетителю сайта в разных формах: в виде текста, фотографий, интервью, картинок, схем, анимации, видеосюжетов.

Традиционно основными видами коммуникаций с абитуриентами являлись дни открытых дверей и справочники для поступающих в вузы. В современных условиях основной коммуникационной средой становится Интернет, а главным коммуникационным инструментом выступает сайт вуза, либо вузовский портал, объединяющий сайты структурных подразделений университетов, вузовских сообществ, вплоть до сайтов отдельных преподавателей и студентов.

Важным конкурентным преимуществом вуза становится не только наличие домена и сайта, но и его информационное наполнение, динамика содержательных изменений, дизайн, удобство пользования, механизмы продвижения в глобальных поисковых системах. Практический опыт вузов показывает, что активно работающий образовательный WEB-сайт позволяет успешно решать такие важные задачи, как продвижение образовательных услуг, поддержка имиджа высшего учебного заведения, коммуникации с профессиональным и научным сообществом, сопровождение и повышение комфортности образовательного процесса, развитие взаимоотношений с участниками рынка образовательных услуг и рынка труда, привлечение спонсоров и партнеров.

УДК 811.93.03

А. Р. Бергман

студент кафедры иностранных языков

И. И. Громовая

канд. филол. наук, доц. – научный руководитель

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОЙ ПИСЬМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Данная статья посвящена рассмотрению понятия официально-делового стиля и его особенностей, понятия деловой переписки и отдельных видов деловых писем, а также анализу и сравнению этикетных формул письменной деловой коммуникации в английском и русском языках.

Эффективная коммуникация в сфере деловых отношений является одним из главных факторов в достижении успеха. В основном люди, вовлеченные в деловой мир, используют устные виды коммуникации, но наиболее важные и сложные сделки проходят в форме письменного общения. Умение грамотно и правильно составить и оформить деловую бумагу или письмо необходимо для людей, работающих в сфере деловых отношений, как для руководителей, так и для любого служащего. Культура делового общения способствует развитию сотрудничества между работодателями, подчиненными, партнерами и конкурентами, от нее зависит эффективность отношений. Бизнесменам следует знать языковые модели, этикетные формулы и правила оформления официального письменного общения. Необходимо учитывать также различия этих моделей и формул в разных странах.

Согласно словарю В. Н. Ярцевой функциональный стиль – это разновидность литературного языка, в которой язык выступает в той или иной социально значимой сфере общественно-речевой практики людей и особенности которой обусловлены особенностями общения в данной сфере. Наличие функционального стиля связывают также с различием функций, выполняемых языком [1].

Официально-деловой стиль выделяют многие лингвисты: С. В. Тюленев, И. С. Алексеева, Л. С. Бархударов, Я. И. Рецкер, Л. К. Латышев и другие.

Проанализировав несколько источников, можно выделить следующие особенности официально делового стиля:

- сжатость, компактность изложения;
- стандартное расположение материала;
- употребление присущих данному стилю клише;
- широкое использование терминологии, наименований, включение в текст сложносокращенных слов, аббревиатур;
- частое употребление отглагольных существительных, отыменных предлогов, сложных союзов, а также различных устойчивых словосочетаний, служащих для связи частей сложного предложения;
- повествовательный характер изложения, использование номинативных предложений с перечислением;
- прямой порядок слов в предложении как преобладающий принцип его конструирования;

- тенденция к употреблению сложных предложений, отражающих логическое подчинение одних фактов другим;
- почти полное отсутствие эмоционально-экспрессивных речевых средств.

В научной литературе существует несколько видов классификации официально-деловой переписки. По тематическому признаку официально-деловую корреспонденцию делят на деловую и коммерческую. По функциональному признаку различают письма, требующие письма-ответа, и письма, не требующие письма-ответа. По признаку адресата деловые письма делят на обычные и циркулярные. По особенностям композиции различают одно-аспектные и много-аспектные письма [2].

По структурным признакам деловые письма делят на регламентированные (стандартные) и нерегламентированные (нестандартные). Именно данной классификации посвящена практическая часть нашей работы.

Регламентированные письма составляются по определенному образцу. Письмо не только должно соответствовать стандартным аспектам содержания, обязательным условием его составления является использование стандартных языковых и синтаксических конструкций. Жесткие требования также предъявляются к формату бумаги, составу реквизитов, оформлению всех элементов письма.

Нерегламентированные деловые письма, в большинстве случаев, пишутся при возникновении какой-либо исключительной, особенной производственной ситуации или указывают на особое значение, которое вкладывает в письмо составитель. В связи с этим структура оформления и содержания нерегламентированного письма является менее жесткой, возможен более широкий выбор речевых и синтаксических средств, включая выразительные.

В последнее время значительно повысился интерес к такому типу официальных писем, как коммерческая корреспонденция. Данный тип документов играет наиболее важную и значимую роль в установлении и поддержании деловых связей между различными организациями, фирмами, предприятиями. Очень часто успешный результат деловой сделки зависит от наличия навыков ведения коммерческой переписки.

На современном этапе, ученые стали выделять еще одну группу коммерческой корреспонденции – этикетные письма. В мировой практике деловой коммуникации большое значение придается письмам, которые помогают поддерживать отношения с партнерами. Тон и стиль этикетных писем могут различаться степенью официальности/неофициальности, но, тем не менее, во всех случаях их главными чертами должны быть честность и откровенность. К этикетным письмам относят письма-поздравления, приглашения, благодарственные письма (ответы на приглашение, визиты, при получении подарков), извинения, письма-соболезнования [3].

Деловые и коммерческие письма пишутся по определенной установленной схеме. Коммерческое письмо можно разделить на следующие части:

- заголовок;
- дата письма;
- наименование и адрес получателя письма (внутренний адрес);
- вступительное обращение;
- основной текст письма;
- заключительная формула вежливости;
- подпись;
- указание на приложения [4].

Каждая часть должна быть оформлена в соответствии с определенными стандартами. Существуют единые требования и правила оформления писем в организациях, на предприятиях. Порядок оформления реквизитов письма определен Типовой инструкцией по делопроизводству в федеральных органах исполнительной власти и государственным стандартом ГОСТ Р 6.30-2003 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-

распорядительной документации. Требования к оформлению документов». Выполнение единых требований и правил оформления документов обеспечивает:

- юридическую силу письма;
- качественное и своевременное составление и исполнение письма;
- организацию оперативного поиска писем.

Сегодня деловые отношения с зарубежными странами стали уже обычным и необходимым явлением в деловой сфере, именно поэтому многие российские предприятия требуют от своих сотрудников знания двух или более иностранных языков. Самым распространенным языком международного общения является английский язык.

При подготовке международных служебных писем также необходимо придерживаться единых правил оформления и обработки деловой документации. Эти правила выработаны национальными службами стандартизации в рамках Международной организации по стандартизации – ИСО (International Organization for Standardization, ISO). Терминологию в области документации на международном уровне регламентируют стандарты ИСО серии «Документация и информация» (ИСО 5127-1: 1983, ИСО 5127-2: 1983, ИСО 5127-3: 1988 и др.). Кроме того, стандартами ИСО определены общие правила подготовки и оформления документов, стандартами установлены:

- форматы бумаги, используемой для документов (ИСО 216: 1975);
- межстрочные интервалы и шаг письма (ИСО 4882: 1979);
- формуляр-образец и конструкционная сетка для создания бланков и основные требования к бланкам документов (ИСО 8439: 1990) [5].

Как уже говорилось ранее, по структурным признакам деловые письма делятся на регламентированные и нерегламентированные.

Регламентированные письма пишутся по определенному образцу, состоят из клишированных фраз в виде стандартных текстов или текстов, составленных из стандартных синтаксических конструкций. К таким стандартным конструкциям относятся формулировки, указывающие на: причину обращения, обоснование обращения, цель обращения.

Нерегламентированные письма представляют собой не стандартизированный, авторский текст. В большинстве случаев, он включает элементы повествования (историю вопроса), этикетную рамку и обязательный элемент делового письма – речевое действие.

С помощью речевого действия автор письма передает свои цели и намерения. Глаголы-перформативы (от англ. to perform – действовать) в деловых письмах играют роль социально значимых действий, и глаголы определяют конструкцию ключевой фразы, а нередко и письма в целом [6]. Нами были подобраны русско-английские соответствия таких речевых актов (табл. 1).

Таким образом, анализ литературы, показал, что при описании официально-делового стиля выделяют ряд характерных особенностей, существуют российские и международные стандарты оформления деловой документации ГОСТ и ИСО, в которых даются реквизиты делового письма и схемы их расположения.

Сравнительно-сопоставительный анализ этикетных формул деловой переписки показал, что и в русском и в английском языках выделяется ряд стандартных этикетных фраз, указывающих на причину, обоснование и цель обращения, приветственные и заключительные фразы; авторский, нерегламентированный текст, включает, как правило, элементы повествования (историю вопроса), этикетную рамку и речевое действие, как обязательный элемент делового письма. В отличие от устной речи, в письменной коммуникации наличие таких формул этикета является обязательным.

Все это доказывает, что нельзя не учитывать эффективность этикетных формул, как в английской, так и в русской деловой документации. От тона письма зависит успех дела, поэтому каждый бизнесмен должен обладать определенными навыками составления письма и знать нормы делового общения.

Этикетные ритуалы	
Благодарим Вас за...;	Many thanks for...; We thank you for...;
Пишу, чтобы поблагодарить Вас за...;	I am writing to thank you very much indeed for ...;
Позвольте воспользоваться случаем, чтобы поблагодарить Вас за...;	May I take this opportunity of thanking you for ...;
Примите, пожалуйста, мою искреннюю (глубокую) благодарность за...;	Please, accept me sincere (deep) appreciation for...;
С наилучшими пожеланиями...;	Best wishes...;
Приносим извинения за...;	We apologize for ...;
Мы должны извиниться за ...;	We must apologize for ...;
Мы очень огорчены из-за того, что ...;	We are extremely sorry for ...;
Хочу принести свои самые искренние извинения за ...	I wish to offer me sincere apologies for ...;
Сообщения	
Мы рады сообщить Вам...;	We are pleased to inform you that...;
Сообщаем Вам...;	This letter is to inform you that...;
В ответ на Ваше письмо от...;	In reply (In answer..., In response...) to your letter of...;
Подтверждения	
Мы получили Ваше письмо от...;	We have received your letter of...;
Подтверждаем (имеем честь подтвердить) получение Вашего письма от...;	We beg to acknowledge (the) receipt of your letter of...;
Мы спешим подтвердить получение...;	We hasten to acknowledge receipt of...;
Ваше письмо от... нами получено.	Your letter of ...has come into our possession.
Требования, просьбы	
Пожалуйста, сообщите нам...;	Please inform us...;
Мы будем признательны, если Вы...;	We shall be obliged if you will...;
Будьте так любезны...;	We should appreciate it if you will...;
Не могли бы Вы оказать мне небольшую услугу?	Please be so kind as to...;
Обращаюсь к Вам с просьбой об одном предложении...	I wonder if you would do me a favour...; I am writing to ask you for a favor...
Обещания	
Мы уверяем вас, что...	We assure you that...
Напоминания	
Пользуемся случаем напомнить Вам...	We are taking the opportunity to remind you...
Предложения	
Мы были рады узнать, что вам интересны наши товары;	We are pleased to hear that you are interested in our products;
Настоящим письмом мы отправляем вам наше предложение;	We hereby send you our offer;
Во вложении вы найдете наше предложение.	Enclosed please find our offer. / Enclosed you will find our offer.
Мы рады предложить вам следующее:...	We are pleased to make the following offer:...

Библиографический список

1. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1990. – 682 с.
2. Введенская Л. А., Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Культура речи государственного служащего. Ростов н/Д.: Феникс, 2011. С. 289–300
3. Op.cit.
4. Израилевич Е. Е. Деловая корреспонденция на английском языке. М.: ЮНВЕС, 2000. С. 7.
5. Кирсанова М. В. и др. Деловая переписка. М.: ИНФРА-М, 2006. С. 11.
6. Борисов В. К., Панина Е. М., Панов М. И., Петрунин Ю. Ю., Тумина Л. Е. Этика деловых отношений. М.: ИНФРА-М., 2008. – 176 с.

УДК 802

И. А. Власов

студент кафедры иностранных языков

И. А. Ленькова

канд. филол. наук – научный руководитель

ДЕМОТИВАТОР, ФОРУМ И ЧАТ КАК ТИПЫ СОВРЕМЕННОГО МЕДИА-ТЕКСТА

Жизнь современного человека трудно вообразить без интернет-пространства. Интернет позволяет нам узнавать о последних событиях, новостях, читать интересные факты, заниматься поиском информации, общаться, не выходя из дома. Содержание и структура современного интернет-пространства по большей части формируется при помощи медиа-текстов.

Медиа-текст – коммуникационный продукт, который может быть использован в разнообразных медийных сферах: радио, телевидение, газета, интернет [1].

Как и любой другой вид текстов, медиа-текст обладает рядом лексических, грамматических, стилистических и текстообразующих особенностей, наиболее характерными из которых являются: медийность (разнообразие каналов подачи), массовость (текст рассчитан на широкую аудиторию) и поликодовость (текст может включать в себя как вербальный, так и невербальный компонент). Поликодовость как раз характерна для одного из жанров медиа-текстов возникших ввиду всестороннего развития социально-культурных технологий в сфере досуга: речь идет о демотиваторе. Демотиватор состоит из двух компонентов – вербального и иконического (изобразительного) образующих визуальное и смысловое целое. Для демотиватора характерно определенное графическое оформление: традиционно, демотиватор предусматривает расположение надписи четко под картинкой. Это делается для того, чтобы реципиент сначала обратил внимание на изображение и затем прочитал подпись к нему. С целью придания тексту экспрессии зачастую используется капитализация вербальной части – подпись демотиватора или его часть пишется заглавными буквами.

Наряду с демотиватором, целесообразно упомянуть о форумах и чатах. Они возникли сравнительно недавно: в начале 90-х гг. XX в., однако быстро захватили популярность пользователей интернета. Главной особенностью форума является асинхронность общения, т. е. от человека не требуется мгновенной реакции на высказывания других пользователей. В отличие от форума, идея чата предполагает взаимодействие в реальном времени: для поддержания разговора необходимо максимально быстро отреагировать на каждую реплику. Кроме того, чат предполагает наличия заданной заранее тематики беседы, что максимально приближает его к живому диалогу. Для чата характерно употребление стилистически сниженной лексики, просторечий, жаргонизмов, аргю, что придает повествованию экспрессивность. Вместе с тем, в чатах наблюдается реализация на письме разговорной фонетики. Участники чатов прибегают к такому виду написания слов, как «w8- wait», «4u- for you», «ssup?- what's up?». К характерным явлениям лексико-семантического уровня можно также отнести «активное использование аббревиатур и акронимов» («BBL – be back later», «BRB – be right back», «LOL laughing out loud») [2]. Вместе

с тем, коммуниканты зачастую пытаются отразить интонацию своих сообщений, для этого они используют междометия (hm..., wow, oh и т. д.) и растянутые гласные (sooo...).

Кроме того, для передачи своего настроения или отношения к высказыванию, пользователи чатов используют произвольную капитализацию букв, различные символы, так называемые «смайлики».

Библиографический список

1. Засурский Я. Н. «Медиа́текст в контексте конвергенции» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 3–7.
2. Иванов Л. Ю. «Язык интернета: заметки лингвиста». 2000, 26 с.

УДК 347.78.034

А. Ч. Льянова

студент кафедры иностранных языков

А. О. Косты́лёв

канд. филол. наук, доц. – научный руководитель

ЯЗЫК ТЕННИСА КАК ЯЗЫК ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ: ОСОБЕННОСТИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ ЯЗЫКА ТЕННИСА

Стратификация лексического состава языка была и остается одной из наиболее важных задач лингвистики. В связи с возникшей со второй половины XX в. ориентацией на изучение профессиональных языков особое внимание лингвистов уделяется изучению специальной лексики в составе языков для специальных целей (LSP).

Исследование LSP протекает неравномерно. Хорошо изученными являются языки науки и техники, наиболее типичные разновидности LSP. Не до конца изученными по-прежнему остаются периферические типы LSP, в частности язык спорта.

Основными задачами нашего исследования являлись определение типов специальной лексики внутри языка тенниса и выявление их особенностей, а также установление наиболее эффективных критериев их разграничения.

Материалом исследования послужил список наиболее употребительных слов и выражений языка тенниса, состоящий из более ста пятидесяти лексических единиц. Основным источником на русском языке стал словарь Б. Фоменко «Энциклопедия «Российский теннис».

Специальная лексика занимает центральное место в лексическом составе языка тенниса. Это обусловлено его ограниченной и специализированной сферой применения, а также функцией наименования понятий и явлений, связанных с рассматриваемым видом спорта.

Однако в ходе исследования была установлена более тесная связь языка тенниса и языка спорта в целом с общенациональным языком по сравнению с языками науки, техники и др.

Подобное явление может быть объяснено особым, полупрофессиональным статусом языка тенниса и его функцией обеспечения взаимопонимания между специалистами (игроками, тренерами, спортивными комментаторами) и любителями (болельщиками, телезрителями).

Полупрофессиональный характер языка тенниса приводит к тому, что граница между терминологической и профессиональной лексикой оказывается не всегда очевидной.

При определении статуса лексических единиц нами учитывались их семантические, структурные, стилистические особенности, а также происхождение единиц и их функции.

В исследовании мы отталкивались от термина, как наиболее изученного типа специальной лексики. К терминам нами были причислены слова или сочетания слов, закрепленные в словарях и выполняющие номинативную и гносеологическую функции. В результате из рассмотренных нами 159 лексических единиц к терминам были причислены 118 (75%).

Будучи терминологической единицей, теннисный термин характеризуется наличием дефиниции, специальным характером, принадлежностью к определенной терминологии, контекстуальной устойчивостью, деривативностью.

Нами были отмечены три особенности теннисных терминов.

1. Природа или сущность теннисного термина.

58 из рассмотренных нами 60 односложных терминов (часто служащих деривационной основой для новых терминологических словосочетаний) являются не специальными словами, а словами в специальной терминологической функции и обладают однозначностью в рамках языка спорта или только языка тенниса.

Например:

court – 1) суд, судебное заседание; 2) королевский двор; 3) тен. корт, площадка для игры в теннис.

volley – 1) залп; 2) град, поток; 3) спорт. удар с лета (произведенный до отскока мяча).

К теннисным терминам, созданным непосредственно для номинации понятий, связанных с рассматриваемым видом спорта, нами были отнесены слова *tennis, racket*.

2. Происхождение теннисных терминов.

В соответствии с п. 1, основным способом пополнения теннисной терминологии является семантическая терминологизация, то есть намеренное закрепление лексической единицы за понятием, которое может быть дефинировано, в результате чего слово общеупотребительного языка становится специальным термином. При этом оно может сохранять свое значение или же менять его (сужать или расширять).

Например:

net – 1) сеть; 2) тен. теннисная сетка, атрибут оборудования теннисной площадки, которая делит ее посередине.

No! game – 1) игра; 2) тен. этап теннисного матча, предполагающий розыгрыш не менее четырех очков.

3. Допустимость стилистической маркированности.

Часто наименование понятия осуществляется на метонимической или метафорической основе, что, как правило, не свойственно терминам. Всего нами было выделено 16 случаев метонимического (*backhand* – удар слева, удар закрытой ракеткой; *handle* – рукоятка ракетки; *winner* – активно выигранный мяч) и 28 случаев метафорического переносов (*fork* – центральный держатель сетки, напоминающий по форме вилку; *smash* – очень мощный удар над головой по опускающемуся сверху на площадку мячу).

Стоит, однако, отметить, что экспрессивность при подобных переносах либо отсутствует изначально, либо «стирается» из-за частого употребления, либо присутствует в семантике слова, но не воспринимается как стилистический прием или средство выразительности. Утрата семантической мотивированности связи прямого и переносного значений, приводящее к использованию так называемой стертой метафоры, – неизбежное явление при терминологизации.

Тем не менее, очевидно, что спортивные термины легче нарушают критерий стилистической нейтральности. Исследование показало, что в основе терминологизации может лежать эпитет (*sweet spot* – «сладкое место», наиболее эффективное место для удара на струнной поверхности ракетки), сравнение (*sudden death* – «внезапная смерть», решение судьи сделать розыгрыш следующего очка решающим), оксюморон (*lucky loser* – «счастливейший неудачник», игрок, проигравший отборочные соревнования, но включенный по ряду дополнительных показателей в основную сетку).

Параллельно с терминами в своем исследовании мы рассматривали профессиональную, нетерминологическую лексику. В результате нами были выделены следующие типы профессиональной теннисной лексики.

1. Профессионализмы.

В качестве наиболее эффективных критериев разграничения теннисных терминов и профессионализмов нами были выделены:

– графический (сокращения или акронимы, образованные от имеющихся терминов и призванные ускорить процесс коммуникации между профессионалами).

Например:

top – major opportunity point; ad – advantage;

– функциональный и стилистический (будучи вторичными, стилистически сниженными наименованиями понятий, профессионализмы направлены на придание речи профессионалов специального и в то же время непринужденного характера).

Например:

tennis elbow – lateral epicondylitis; sledgehammer – backhand down the line;

– стилистический (профессионализм может не иметь терминологического аналога, однако его очевидный разговорный характер не позволяет ему перейти в разряд термина).

Например:

bagel – выигрыш или проигрыш сета со счетом 6:0; moonball – мяч, посланный излишне и неоправданно высоко.

2. Жаргонизмы.

Выделение теннисных жаргонизмов вызвало трудности, поскольку ни один из существующих на сегодняшний момент критериев не кажется нам до конца объективным. В результате к данной группе слов нами были отнесены лексические единицы, помеченные в словарях как элементы сленга или спортивного жаргона.

Например:

skittles – 1) разг. вздор, чушь; 2) тен. неторопливый обмен ударами, не представляющий опасности для соперников;

Hail Mary – 1) «Аве Мария»; 2) спорт. удар последней надежды; 3) тен. мяч с чересчур высокой траекторией полета, посланный исключительно в оборонительных целях.

Вопрос разграничения профессионализмов и жаргонизмов, как и само выделение данных типов специальной лексики, показался нам наименее изученным в современной науке о языке. Он требует дальнейшего глубокого рассмотрения.

В ходе работы нами были выделены лексические единицы, занимающие, на наш взгляд, промежуточное положение между терминами и профессионализмами. С одной стороны, данные слова не зафиксированы в словарях, поскольку не обладают до конца сформированной дефиницией, с другой стороны, они активно используются при обозначении теннисных явлений и понятий. Однако их использование, как правило, ограничено устной речью, на письме же подобные лексические единицы выделяются кавычками, призванными подчеркнуть нерегулярность употребления наименования.

Например:

baseliner – игрок, предпочитающий оставаться у задней линии и наносить оттуда удары;

stopper – игрок, который не готов выиграть турнир, но в состоянии обыграть игрока первой «десятки»;

net rusher – игрок, стремящийся вести игру у сетки.

В силу того, что данные лексические единицы не имеют терминологических аналогов и характеризуются такими признаками, как краткость, емкость, соответствие языковой норме и отсутствие ярко выраженных стилистических коннотаций, можно предположить, что в скором времени они перейдут в разряд терминов.

В заключение нужно отметить, что, как любой LSP, язык тенниса является стилистически неоднородным и включает в себя разные типы специальной лексики, центральным элементом которой, тем не менее, является термин. Говоря о теннисном термине, стоит подчеркнуть его специальный, а не универсальный характер.

Лишь с помощью комплексного анализа можно определить принадлежность лексической единицы к определенному классу слов, причем в разных случаях тот или иной критерий оказывается наиболее эффективным.

Лексический состав языка тенниса и языка спорта в целом, а также отдельные разновидности специальной лексики требуют, на наш взгляд, дальнейшего рассмотрения.

Библиографический список

1. Лейчик В. М. Терминоведение. Предмет, методы, структура. М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 256 с.
2. Лейчик В. М. Языки для специальных целей – функциональные разновидности современных развитых национальных языков // Общие и частные проблемы функциональных целей. М.: Наука, 1986. С. 28–43.
3. Реформатский А. А. Что такое термин и терминология. М.: Институт языкознания Академии наук СССР, 1959. – 14 с.
4. Фоменко Б. Энциклопедия «Российский теннис». М.: ИЭТП, 1999. – 450 с.
5. Шелов С. Д. Терминология, профессиональная лексика и профессионализмы (к проблеме классификации специальной лексики) // Вопросы языкознания. М.: Наука, 1984. С. 76–87.
6. Sager J. C. English Special Languages: Principles and Practice in Science and Technology. Wiesbaden: O. Brandstetter Verlag KG, 1980. – 368 p.
7. <http://www.britishtennis.com>
8. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english>

УДК 81.373.45

Я. А. Попова

студент кафедры иностранных языков

И. И. Громова

канд. филол. наук, доц. – научный руководитель

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ: К ПРОБЛЕМЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ СЛЕНГА

Общество – живой организм, который постоянно развивается и преобразуется. Экономика, политика, культура, спорт и многие другие области современной жизни прямым образом связаны с этими изменениями. Вместе с этим развивается и язык.

В деловом мире человек «со стороны» часто может услышать большое количество непонятных, иностранно звучащих слов. Современный российский быстро развивающийся бизнес просто «кишит» английскими заимствованиями: *брокер, маклер, аутстандинг, менеджер, офер, лонгировать и т.д.*

Актуальность данной работы обусловлена необходимостью изучения и рассмотрения современного делового языка на уровне общения сотрудников предприятий, компаний и фирм между собой, выявить какую роль играет английский язык в формировании делового сленга. Данная тема всегда будет оставаться актуальной для любого периода времени, так как язык развивается так же быстро, как и общественный и научный прогресс, и вместе с этим постоянно будут появляться новые заимствования.

Материалом для исследования послужили заимствованные единицы нестандартной лексики, делового сленга, образованные на базе английского языка, из трех специальных словарей: Е. Погребняк и др. «Словарь великорусского языка делового общения» версия 4, В. Т. Пономарев «Бизнес-сленг для «новых русских» и Г. Краус «Деловой язык: современный сленг профессионалов». Общее количество примеров составило 357 лексических единиц.

В первой классификации, рассмотренной нами, мы выделили следующие группы заимствований:

1. Полностью ассимилированные заимствования, которые входят в лексическое ядро русского языка и не воспринимаются говорящими как иностранные. Например: *импорт, интернет, хакер, интервью, митинг, спекулянт, бизнес* и т. д.

2. Частично ассимилированные заимствования:

– слова, не ассимилированные грамматически, сохранившие нехарактерные окончания для русского языка. Например: *демпинг, евроклинг, лизинг, листинг, тюнинг, холдинг, коучинг, брокер, маклер* и т. д.;

– фонетически не ассимилированные лексемы, которые остались иностранными по произношению. Например: *инсайдер, аутсайдер, пропусал, рецелшн, аттач, маст-хэв, тотал-лук, пифомить, отревьюировать* и т. д.;

– лексические единицы (ЛЕ), сохранившие английское написание, выражающееся в сочетании букв, несвойственных русской орфографии. Например: *аффидавит, ишью, ралли, хеджирование, фьючерсы* и т. д.

В частично ассимилированных заимствованиях довольно трудно разграничить, каким словам не свойственны фонетические, грамматические или графические особенности. Все они между собой очень близки, особенно в деловом сленге, так как чаще всего такие слова включают все признаки, не свойственные литературной норме русского языка.

3. Аббревиатуры и сокращения, не входящие в состав русского языка, но активно используемые в той или иной отрасли. Например: *ЛБО, АЮ, РПЦ, Ебит, БиЮ, Янги, ЖэГэ, ФАК* и т. д.

Анализ степени ассимиляции заимствованных ЛЕ в деловом сленге, показал, что полностью ассимилированных слов насчитывается 6,1% (22 ЛЕ); частично ассимилированных – 78,5% (280 ЛЕ); аббревиатур и сокращений – 15,4% (55 ЛЕ).

Эти данные представлены в виде диаграммы (рис. 1).

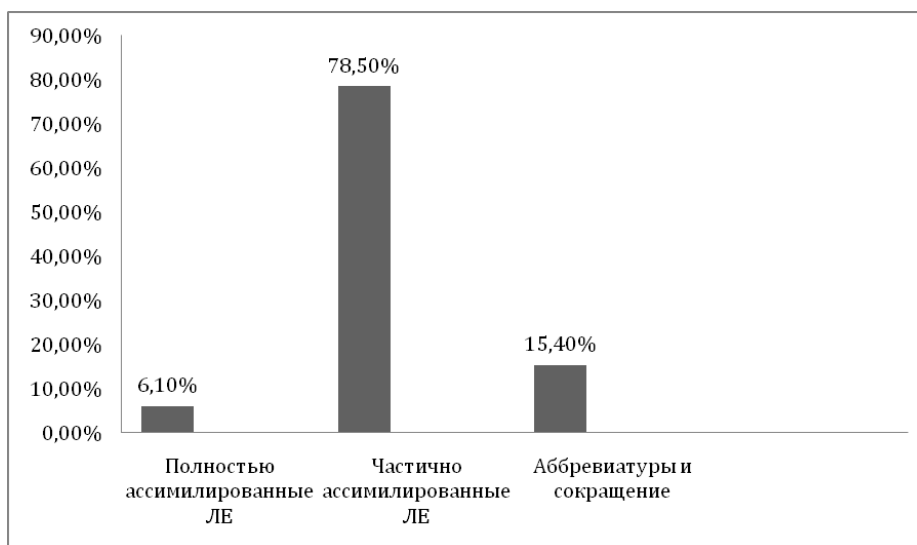


Рис. 1. Степень ассимиляции заимствованных ЛЕ в деловом сленге

Как видно из диаграммы, наибольшее количество примеров, 78,5%, приходится на частично ассимилированные ЛЕ, что объясняется способностью русского языка быстро принимать и «обрабатывать» чужеродные явления.

15,4% заимствований приходится на аббревиатуры и сокращения, что тоже легко объясняется необходимостью занятого человека говорить быстро, четко и кратко.

Полностью ассимилированные слова составляют всего 6,1%, что, по-видимому, объясняется тем, что, во-первых, процесс ассимиляции долговременный, а, во-вторых, частотность употребления слова должна быть достаточно высокой, чтобы оно стало «своим» для говорящих на русском языке.

Ассимиляция заимствованных лексем заключается в уподоблении самых разнообразных языковых характеристик характеристикам исконных единиц заимствующего языка и предполагает несколько аспектов. В лингвистической литературе авторы выделяют множество таких аспектов, и причиной, по-видимому, является неустойчивость терминологии. Нам представляется воз-

возможным выделить такие аспекты ассимиляции, как фонетический морфологический графический и семантический.

Фонетическая ассимиляция состоит в том, что при первом устном воспроизведении иностранного слова в языке-реципиенте происходит замещение составляющих его фонем близкими им по акустическим и артикуляционным характеристикам фонемами русского языка. Такая фонемная субституция всегда имеет место при прямом заимствовании.

Во многих заимствованиях фонетическая ассимиляция проявляется также в изменении слоговой и акцентной структуры слова, т.е. в возможном перенесении слогораздела, изменении количества слогов, а также места, силы, количества и характера ударений. Например: *уошаут, винчестер, гудвилл, джоинтвенчур, камнью, рэкет, хакинг* и т. д.

Морфологическая ассимиляция заключается, прежде всего, в перестройке морфемной структуры слова. Здесь можно говорить об ассимиляции на парадигматическом уровне, т. е. когда более ограниченная парадигма форм английского языка заменяется формами русского языка, выражающими грамматические категории рода, числа и падежа. Сходным образом морфологическая ассимиляция может затрагивать и другие грамматические категории и при заимствовании слов, относящихся к различным частям речи. Например: *клика, хеджирование, опцион, инфльтрация, букировать, закомплитить, йеолдуны* и т. д.

Графическая ассимиляция заключается в воспроизведении графического облика заимствованной единицы орфографическими средствами языка-реципиента. Например: *аффидавит, АЮ, респект, траффик, имадж, правередж, левередж* и т. д.

Семантическая ассимиляция основана на явлении, когда язык-реципиент перенимает только одно из значений иностранного слова. Например: *аут* (от англ. *out*) – *крайняя степень усталости, граничащая с неменяемостью и потерей чувств; чейсить* (от англ. *to chase*) – *контролировать процесс предоставления аудиторских доказательств с помощью писем банков и актов сверки; шит* (от англ. *sheet*) – *лист в MS Excel* и т. д.

Некоторые ЛЕ, приспосабливаясь к русскому языку и функционируя в нем, ассимилировались сразу в нескольких аспектах, так, *хакинг* относится и к фонетической, и к графической ассимиляции, а *ликапить* – к морфологической и семантической.

Из проанализированных 357 заимствованных слов фонетической ассимиляции подверглись 161 ЛЕ, т. е. 45% от общего количества примеров; морфологической ассимиляции – 190 ЛЕ, т. е. 53,2%; графической ассимиляции – 50 ЛЕ, т. е. 14%; и семантической ассимиляции – 68 ЛЕ, или 19%.

Полученные данные представлены в виде диаграммы (рис. 2.):

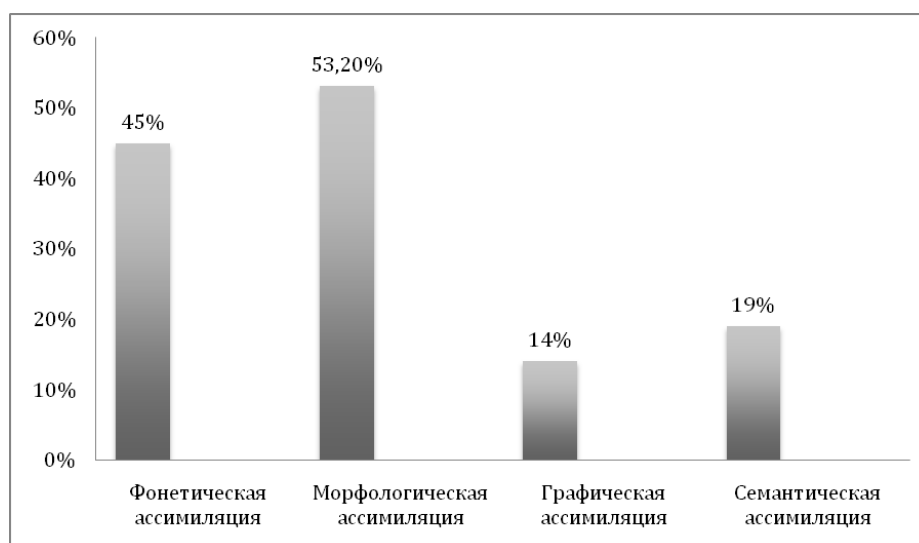


Рис. 2. Виды ассимиляции

Из диаграммы видно, что большая часть заимствованных слов ассимилировалась по морфологическому признаку, чуть больше половины ЛЕ (53,2%) изменили свою морфологическую структуру, так как для русского языка свойственно «переделявать» новые слова, так сказать, «русифицировать» их. Что же касается сленгизмов, то они, таким образом, получают эмоциональную и экспрессивную окраску.

45% ЛЕ ассимилировались по фонетическому признаку, в результате чего слова приобрели русское звучание.

На грамматическую ассимиляцию приходится 14% заимствований, представленных, в основном, терминологией. Это связано с тем, что русский язык тяжелее «перерабатывает» непривычное иностранное написание.

Семантической ассимиляции подверглось 19% лексем. Интересно отметить, что при заимствовании слово перенимает только одно из значений полисеманта, особенно в сленге. Иногда слово получает дополнительную отрицательную или положительную коннотацию. Ожидалось, что таких заимствований будет гораздо больше, но представленные примеры наглядно демонстрируют, что, в основном, лексемы заимствуются в своем основном значении, либо приобретают нейтральную окраску.

Нами была рассмотрена еще одна классификация – по способу перевода заимствованных единиц. В ходе межъязыковых контактов был выработан ряд способов их передачи на русский язык, так как сленг – эмоционально окрашенная и резко выделяющаяся в речи своим звучанием лексика. Мы проанализировали несколько основных способов перевода ЛЕ: транскрипция, транслитерация, калькирование, словообразование, фонетическая мимикрия и аббревиатуры.

Транскрипция – письменное воспроизведение слов и текстов с учетом их произношения средствами определенной графической системы. Например: *инпотент, ишью, ода, таймшит, сэйшн, лайф, апсайд, булишнез, вендор-лиз* и т. д.

Транслитерация – побуквенная передача текстов и отдельных слов одной графической системы средствами другой графической системы. Например: *аффидавит, аналит, интерим, ралли, маклер* и т. д.

Калькирование – это способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов их лексическими соответствиями в переводящем языке, которое занимает промежуточное положение между полностью переводимыми и непереводаемыми способами передачи слова. Например: *штормить мозгами, чисто Гоблины, Гиффина товары, «двухдолларовый» брокер и 800-фунтовая горилла, венчурное управление* и т. д.

Словообразование – прибавление к заимствованной основе слова различных формальных средств по существующим в языке-реципиенте образцам и моделям. Например: *закомплитить, матчить, пингануть, писюк, пэяблушки, сатисфакнутый* и т. д.

Фонетическая мимикрия, или языковая (словесная) игра – каламбур, обыгрывание и переименование заимствованной лексемы, часто основывающееся на фонетическом сходстве слова в английском и русском языках. Например: *грабли (om to grab), каша (om to cash out), ковер (om to cover), лось (om to loss), фишка (om fee)* и т. д.

Аббревиатуры – название или обозначение, состоящее изначальных букв или цифр словосочетания, используемое для сокращения места и ускорения передачи информации [Бизнес словарь]. Например: *ПЦ, РПС, ФО или ОФФ, ЖЭПЭ, СиЮЭй* и т. д.

Таким образом, лексические единицы, переводимые с помощью транскрипции, составляют 31,2% (155 ЛЕ); транслитерации – 7% (25 ЛЕ); калькирования – 5,3% (19 ЛЕ); словообразования – 46,2% (165 ЛЕ); фонетической мимикрии – 4,2% (15 ЛЕ); аббревиатуры – 5,1% (18 ЛЕ) (рис. 3).

Из диаграммы видно, что наибольшее количество заимствований приходится на словообразование, так как русский язык имеет тенденцию постоянно образовывать новые варианты слов даже из русских ЛЕ, тем самым обогащая словарную систему языка.

Заимствования, передаваемые с помощью транскрипции, сохраняют неповторимый колорит иностранного слова, что очень характерно для сленгизмов.

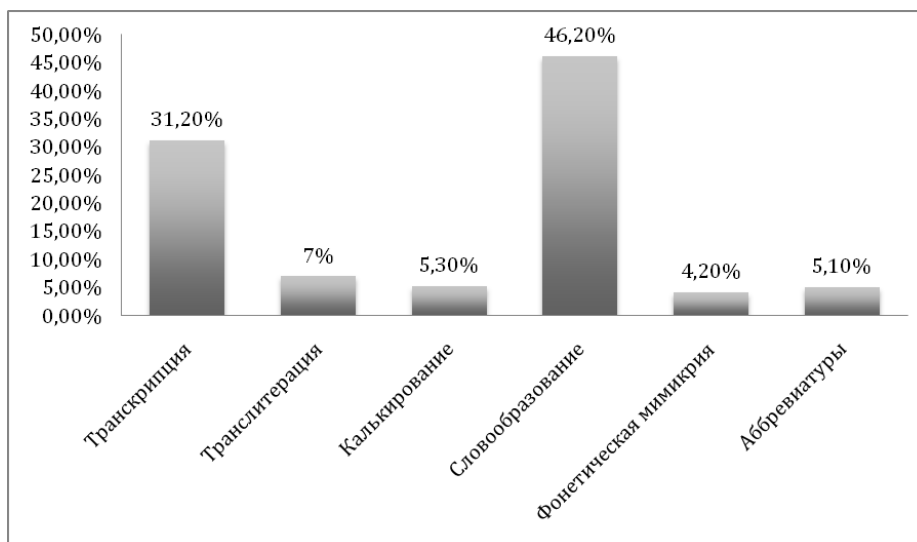


Рис. 3. Способы перевода заимствованных сленгизмов

Незначительное количество примеров транслитерации свидетельствует о том, что сленг функционирует преимущественно в устной речи, а транслитерация подразумевает, прежде всего, сферу письменной речи.

Самыми немногочисленными оказались заимствования, подвергшиеся калькированию – 5,3% ЛЕ и фонетической мимикрии – 4,2% ЛЕ, а также аббревиатуры – 5,1% ЛЕ.

Материал исследования (специальные словари) содержит 1665 примеров сленговых единиц, из них 21,4% (т. е. 357 ЛЕ) заимствованы из английского языка.

Проведенный анализ показал, что одна пятая часть сленга, используемого в деловом общении сотрудниками предприятий, корпораций, банков и бирж прямым путем восходит к английскому языку, что обусловлено международными контактами. Такие ЛЕ не только помогают соответствовать модному веянию, но и показывают определенный уровень осведомленности в той или иной профессиональной области и позволяют, так сказать, «быть в теме».

- В качестве примера приведем разговор между начальником отдела и консультантом:
- А что с *лоерами*?
- *Лоеры на холде*. Пока не выйдет гендир, их брать не будут.
- А что Иванов?
- Иванову *оффер*. Но его не устроил *фикс*. Просит больше, а то у него еще два таких *оффера*.
- А что Петров из Владивостока?
- Опыт хорош, но в скайпе неважен. Плохо *презентуется*.

Библиографический список

1. Краус Г. Деловой язык. Современный сленг профессионалов. – М., 2008. – 144 с.
2. Погребняк Е., Авраменко О., Цухникас Д. Словарь великорусского языка делового общения PDF. М.: 2005 (версия 4). – 35 с. Режим доступа www.slengari.ru
3. Пономарев В. Т. Бизнес-сленг для «новых русских»: Словарь-справочник — Донецк, 1996. – 368 с.
4. <http://www.investor.ru/community/content/82/8813/>
5. <http://www.profbanking.com/articles/296-slang.html>
6. <http://www.gramota.ru/slovari/online/>

УДК 347.78.034

Л. В. Судакова

студент кафедры иностранных языков

О. В. Злобина

научный руководитель

ПЕРЕВОД ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ

Целью данной работы является выявление особенностей перевода заголовков американских фильмов на русский и китайский языки. Для ее достижения необходимо было решить следующие задачи:

- определить особенности заголовка фильма;
- выявить стратегии перевода заголовков фильмов;
- выявить специфику перевода заголовков фильмов;
- проанализировать 100 заголовков фильмов, для выявления особенностей перевода на русский и китайский языки.

Таким образом, объектом данного исследования являются заглавия американских фильмов, отобранные методом случайной выборки, исходя из рейтинга MuHit самых популярных фильмов 2009–2015 гг.

В ходе работы были проанализированы заголовки фильмов 4 жанров: фантастика, комедия, мелодрама, мультфильмы рейтинга MuHit. При анализе заголовков фильмов мы пользовались классификацией Е. Ж. Бальжинимаевой, которая выделила следующие стратегии перевода заголовков фильмов:

– прямой перевод англоязычных названий фильмов на русский язык и китайский язык. К данной стратегии также относятся такие приемы перевода, как транслитерация и транскрипция имен собственных, не обладающих внутренней формой;

- трансформация названия;
- замена названий фильмов [1].

Данная классификация очень удобна в использовании, так как она отражает и обобщает основные тенденции при переводе названий фильмов.

Е. Ж. Бальжинимаева считает, что на выбор определенной стратегии перевода влияет ряд причин. При выборе переводческой стратегии определяющим условием становится наличие или отсутствие культурологического компонента.

Необходимо отметить, что на выбор стратегии перевода влияет не только культурологический компонент, но и жанр определенного фильма и подбор подходящих эквивалентов. О жанровом компоненте говорит и И. Милевич в своей статье «Стратегии перевода названий фильмов» [2]. Она, в свою очередь, выделяет следующие тенденции при переводе названий фильмов:

– эвфемизирующий перевод. Автор пишет о том, что мы уже сталкивались с такой стратегией перевода. Она характерна для фильмов прошлых лет. Однако и в современных названиях встречаются как эвфемизирующие названия-переводы, так и дезэвфемизирующие (их больше). Автор приводит следующие примеры: классический пример «SomeLikeitHot» – «В джазе только девушки», хотя в последнее время наблюдается возвращение к почти дословному «Некоторые любят погорячее»; «Die Frau meiner Treume» – «Девушка моей мечты», хотя более точным переводом является «Женщина моей мечты»;

– жанровая адаптация, при которой в переводе задействованы единицы языка, соотносящие название фильма с определенным жанром. Автор говорит о том, что сейчас такая тактика является наиболее частотной. Например, «GunShy» – «Супершпион» (в субтитрах досл. – «Боязнь оружия»);

– перевод названия может сопровождаться смысловой адаптацией (расширением), которая при помощи замены или добавления лексических элементов, ввода ключевых слов фильма расширяет (компенсирует) в названии смысловую или жанровую недостаточность дословного перевода. Название комедии о младшем сыне дьявола «Little Nicky» – переведено с добавлением лексического элемента «Никки, дьявол-младший»;

– возвращение к первоисточнику используется тогда, когда название экранизации не соответствует названию литературного произведения, которое стало источником сюжета. Например, «Sleep Hallow» – «Сонная лощина».

Необходимо отметить, что перевод заголовков фильмов – это особый, специфический вид перевода, который не поддается объяснению с точки зрения обычных процессов перевода. Перевод заголовков фильмов связан с понятиями транскulturации (transculturation) и транскреации (transcreation). Понятия транскulturации и транскреации мало известны в нашей стране и исследований по этому вопросу очень мало, поэтому в нашей работе мы в основном будем рассматривать труды зарубежных авторов. Понятие транскulturации преимущественно используется в культурологии. Согласно «Этнопсихологическому словарю» В. Г. Крысько, транскulturация (от лат. trans – сквозь, через) – понятие, используемое главным образом в современной культурологии [3]. Транскulturация проявляется тогда, когда конкретная этническая общность, в силу добровольной миграции или насильственного переселения, перемещается в другой, иногда весьма отдаленный район обитания, где полностью отсутствует культурная среда другой этнической общности или она представлена весьма незначительно. Транскulturацией можно считать заселение и освоение белыми колонистами земель Северной Америки или Австралии, где племена аборигенов, несмотря на отчаянное военное и духовное сопротивление, не смогли оказать заметного влияния на культуру завоевателей.

Понятие транскреации применяется в области рекламы и маркетинга. Тем не менее, оба этих понятия рассматриваются в культурологическом аспекте.

Г. К. Касумова в статье «Транскulturация, как тенденция глобализирующего мира», рассматривает транскulturацию как тенденцию глобализирующего мира. Появление такого понятия, как транскulturация неизбежно. Ведь транскulturация, – это, в первую очередь, результат изменений, которые происходят в межкультурных отношениях, социально-политических и духовных процессах современного мира. Необходимо отметить, что важным условием и причиной возникновения транскulturации является развитие информационных технологий.

Современные процессы глобализации ускоряют культурные взаимосвязи и проникновение одних культур в другие. В результате стремительного развития и взаимосвязи культур, одни национальные культуры стремятся выйти за границы своего культурного пояса. В итоге возникает новое общее культурное пространство, так называемое «единое пространство культуры» [4]. Возникновение этих связей и приводит к такой тенденции, как транскulturация. Приведем объяснение понятия «транскulturация» одной из исследователей этого явления М. В. Тлостановой. Она утверждает: «Транскulturация основывается на динамическом многообразии, причем, прежде всего эпистемологическом, а не этнокультурном, предполагая новое осмысление как уже рассматривавшихся прежде явлений, границ, миграций, полилингвильности, культурного многообразия, так и актуализировавшихся сегодня понятий транснациональных языков, дискурсов и традиций» [5].

Г. К. Касумова приходит к выводу, что транснациональная культура сформировалась на почве массовой культуры. Из всех уровней культуры по своей сущности транскultura ближе всего к массовой культуре. Автор говорит, что транснациональная культура – наиболее коммерциализированный пласт культуры, активно распространяемый государством и СМИ посредством современных коммуникаций и технологий в связи с развитием экономических, политических и культурных связей. Каждый человек на нашей планете ощущает на себе воздействие транскulturации. Поэтому транскulturация, будучи тенденцией глобализирующегося мира, становится одним из социокультурных рисков современного общества.

Понятие транскреации приравнивают к понятию лингвистической адаптации. Трактовку этого понятия дает нам переводческая компания EGO Translating («ЭГО Транслейтинг»): «Линг-

вистическая адаптация (транскреация) – это комплекс мероприятий, обеспечивающих адекватность текста новым условиям его применения, то есть адаптация перевода с учетом предназначения и стиля текста, а также социокультурного контекста его употребления. Используется как инструмент локализации текста для целевого рынка».

Зарубежные авторы пишут, что понятие транскреации впервые ввел кубинский антрополог Fernando Ortiz (Фернандо Ортиз) в 1940 г. Его книги не переводились на русский язык. Отметим, что многие книги, написанные по этому вопросу, не переведены на русский и английские языки. Много книг написано на испанском языке. Зарубежные авторы также рассматривают вопрос транскреации как процесс взаимодействия и взаимопроникновения различных культур.

В контексте перевода заголовков фильмов необходимо рассмотреть понятие транскреации. Понятие транскреации, как уже было сказано ранее, применяется в области рекламы и маркетинга. В связи с тем, что заголовок фильма выполняет функцию рекламы и функцию воздействия, целесообразно рассмотреть перевод заголовков фильмов в контексте понятия транскреации. Рассмотрим мнение одного из ведущих специалистов в этой области Натали Келли (Nataly Kelly) [6]. Н. Келли уже долгое время занимается вопросом транскреации. Она разграничивает перевод и транскреацию. Н. Келли участвует во многих конференциях и пишет книги по вопросу транскреации. Она отмечает, что специалисты, занимающиеся транскреацией, – это, в первую очередь, копирайтеры (от англ. copywriter), а не переводчики. Заказчику не нужен простой перевод слоганов или рекламных текстов, заказчику нужна транскреация или, как ее еще называют прагматическая адаптация. Транскреация ориентирована на бренд, который нужно популяризировать в стране переводящего языка. В результате транскреации должен родиться новый бренд или новый слоган или новый рекламный текст. Необходимо донести информацию, тот месседж (от англ. message), который был заложен в слогане оригинала. В связи с этим еще одним требованием к транскреации будет правильное воздействие и правильное восприятие, то есть необходимо сохранить имидж бренда в иноязычной стране. Как говорит Н. Келли, транскреация неразрывно связано с понятием креативности, или как она пишет транскреация начинается не с исходного текста, а с креативного брифа («transcreation starts not with the source text, but with creative brief») [7]. Для копирайтера важна идея. Более того, важно правильно воплотить эту идею. Иногда прямой перевод невозможен, и в этом случае нужна креативность. Необходимо сохранить идею оригинала, но передать ее в иной языковой форме на другом языке.

Хелен Легат (Helen Leggatt) отмечает, что перевод это первый шаг к пониманию аудитории рекламного сообщения. Вторым шагом должна стать транскреация. Недостаточно просто перевести, необходимо адаптировать. Необходимо подобрать то, что будет правильно воспринято аудиторией с иной культурой и миропониманием. Как показывает практика, вследствие неправильной культурной адаптации слоганов, многие рекламные кампании провалились. Поэтому в условиях современного мира, в условиях глобализации и взаимопроникновении культур, так нужны исследования в области транскреации. Хелен Легат объясняет, как можно разграничить перевод и транскреации. Транскреация – это культурная адаптация. Транскреация не должна передавать сообщения лишь на уровне слов, но и на уровне образов. Те образы, которые подходят одной стране, могут абсолютно не подходить культуре и привычкам другой страны [8].

Авторы статьи «Different Words, Same Ideas» приводят пример, который наглядно объясняет необходимость транскреации. Во время Второй Мировой Войны, американский шпион был взят в плен немцами. Они вычислили его не из-за плохого немецкого, по-немецки он говорил также, как немец. Они вычислили его по одной маленькой детали. Он не так как немцы держал нож и вилку. Говорить на языке не достаточно. Для того чтобы успешно внедриться в культуру другой страны, нужно понимать эту культуру изнутри. Транскреация соединяет в себе перевод, создание идей и концептов без потери культурной составляющей. Транскреацию можно свести к одной мысли: разные слова, одна идея («different words, same ideas») [9].

Самая известная книга, написанная по этой теме, называется «The Little Book of Transcreation» (Маленькая книга транскреации) [10]. В ней заложены основные цели и задачи транскреации. Транскреация берет в расчет разницу контекстов исходного содержания текста и того содержания, которое в итоге должно получиться. Авторы называют такое явление «куль-

турными коррективами» («cultural adjustments»). В книге также приводятся некоторые примеры транскреации: Когда МакДоналд решил адаптировать свой слоган «I'm lovin' it» («Я люблю это») для китайского рынка, он в скором времени отказался от прямого перевода. В связи с тем, что китайцы очень серьезно относятся к слову «любовь» и никогда не используют его легкомысленно, то МакДоналд решил заменить слово «любовь» на слово «нравится». Фраза «I just like it» («мне это просто нравится») пришлось по вкусу китайской аудитории и легко воспринималась на слух.

Е. Ж. Бальжинимаева пишет, что российские прокатчики зачастую искажают заголовки фильма, а это значит, что проблемы транскреации исследованы недостаточно и процент фильмов с некорректными заголовками будет увеличиваться.

Заголовок фильма – это тоже бренд, который должен заставить зрителя посмотреть его и заинтересоваться им, поэтому перевод заголовков фильма неразрывно связан с культурной адаптацией и транскреацией. Заголовок должен передавать правильные образы. Заголовок фильма никогда не должен отходить от самого содержания фильма. Заголовок фильма сохраняет в себе функции заголовка, но при этом содержание заголовка должно отвечать следующим требованиям:

- он должен быть понятен той культуре, на чей язык переводится фильм;
- он должен сохранить ту идею и тот месседж, который был заложен в оригинальном заголовке или в содержании самого фильма;
- если невозможно использовать прямой перевод, то необходимо создать новый заголовок. При транскреации важны не слова, важна правильная передача идеи;
- измененный заголовок фильма не должен потерять своей целевой аудитории, так как это может привести к финансовым потерям.

В своей работе мы проанализировали перевод заголовков фильмов по следующим критериям:

- выбор стратегии при переводе заголовка;
- соответствие заголовка содержанию фильма;
- при прямом переводе мы анализировали соответствие заголовка оригинальному названию фильма;
- в случае замены заголовка мы анализировали новый заголовок в рамках транскреации и транскulturации.

В ходе анализа мы получили статистические данные, приведенные в табл. 1.

Таблица 1

Жанр	Прямой перевод		Трансформация названия		Замена названия	
	Стратегия перевода (язык)					
	русский	китайский	русский	китайский	русский	китайский
Фантастика	18	14	4	4	3	7
Мелодрама	16	13	3	1	6	11
Мультфильмы	9	7	8	6	8	12
Комедия	17	10	4	3	4	12
Общий итог	60	44	19	14	21	42

Приведем наиболее интересные примеры:

Интерстеллар/ *Interstellar* (жанр фантастика).

В названии этого фильма переводчик прибегнул к первой стратегии по классификации Бальжинимаевой, а именно к транслитерации. Разберем данный заголовок. Обратимся к одноязычному английскому словарю Collins. Приставка «inter» означает «находящийся между (людей и вещей)»; *inter – between or among*. При этом приставка имеет латинское происхождение, также как и слово «stellar» (*from Late Latin stellāris, from Latin stella – star*), которое произошло от латин-

ского слова *stellaris* – звезда. Слово «Interstellar» в данном контексте означает «находящийся между звездами, межзвездный». Русский перевод «Интерстеллар» для русскоязычного зрителя непонятен, в то время как «Межзвездный» точнее отражает содержание фильма и понятен широкой аудитории. Российские прокатчики так и не раскрыли, почему было выбрано именно это название фильма. Как нам кажется, это связано с тем, что латинские заимствования характерны для научного английского языка, поэтому переводчики оставили научное название фильма.

Рассмотрим китайский заголовок: 星际之间 (между звездами). Китайский переводчик прибегнул к прямому переводу названия фильма, так как не смог использовать прием транскрипции или транслитерации ввиду особенностей китайского языка.

Начало/Inception (жанр фантастика).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, по классификации Е. Ж. Бальжинимаевой, а именно к прямому переводу названия фильма, но с частичной потерей значения. Обратимся к одноязычному английскому словарю Collins: *Inception – the beginning, as of a project or undertaking*. То есть слово «inception» означает *начало чего-то, старт, точку отсчета, исходное состояние, и т. д.* Словарь дает следующие синонимы: *beginning, start, rise, birth, origin, dawn, outset, initiation*. Русский перевод лишь частично отражает значение слова «Inception», т. е. является его частичным эквивалентом. Как нам кажется, фильму подошли бы следующие названия: «Внедрение» или «Точка отсчета».

Рассмотрим китайский заголовок: 盗梦空间 («Сновидения грабителя»). Поскольку 空间 переводится как «свободное пространство», дословно название фильма звучит как «В пространстве сновидений грабителя». Китайский переводчик заменил оригинальное название фильма.

Посвященный/ The Giver (жанр фантастика).

В данном заголовке переводчик прибегнул к третьей стратегии, а именно к замене названия фильма. Джонас или, как будет понятно из фильма, Посвященный, – молодой человек, проживающий в идеальном и максимально цивилизованном обществе будущего. В его мире больше нет войн, страданий, радости и воспоминаний. Для каждого человека здесь четко определен порядок его существования, без права выбора. Несмотря на все эти ограничения, люди живут в мире и согласии, поскольку они просто не знают, что может быть и по-другому. Вскоре Высший Совет общества решает назначить Джонаса Хранителем памяти и отправляет его к Дающему, чтобы тот обучил его всем тонкостям этой работы.

В фильме присутствуют оба героя: и Посвященный, и Дающий. Русский переводчик переставил акценты. Для русского зрителя теперь главный герой – Посвященный, а для американского – Дающий. Русский заголовок полностью соответствует содержанию фильма и звучит намного лучше, чем заголовок под названием «Дающий», которое определенно вызвало бы неправильные ассоциации у русского зрителя. Переводчик сохранил идею названия: заголовок соотносится с героем фильма, только герои в заголовках разные.

Рассмотрим китайский заголовок: 赐予者 («Дающий»). Переводчик прибегнул к прямому переводу, сохранив оригинальное название.

Господин Никто/ Mr. Nobody (жанр фантастика).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, а именно к прямому переводу названия фильма.

Рассмотрим китайский заголовок: 无姓之人 («Человек без фамилии»). Переводчик прибегнул к замене названия фильма, поскольку данный заголовок лучше отражает китайскую культуру. Для китайцев человек без фамилии – это человек, у которого нет рода, нет семьи, нет происхождения, иными словами, человек-никто, поэтому китайское название непосредственно связано с оригинальным названием. Данный пример наглядно иллюстрирует применение транскрипции при переводе.

Ледяные замки/ Ice Castles (жанр мелодрама).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, а именно к прямому переводу названия фильма. Необходимо добавить, что переводчик применил конверсию при переводе.

Рассмотрим китайский заголовок: 冰上圆舞曲 («Вальс на льду»). Переводчик заменил оригинальное название, используя прием жанровой адаптации. Фильм с таким названием звучит очень «мелодраматично».

Страшно красив/ Beastly (жанр мелодрама).

В данном заголовке переводчик прибегнул к третьей стратегии, а именно к замене названия фильма. Русский заголовок кажется нам неудачным, так как он неправильно трактует фильм и не соответствует английскому названию. По сюжету, молодой студент Кайл Кингсон (Алекс Петтифер) очень красив внешне, но уродлив внутри. Ему «посчастливилось» обидеть волшебницу Кендру (Мэри-Кейт Олсен), которая накладывает на него проклятье. Чтобы его снять, он должен найти свою любовь. И этой любовью становится девушка Линди Тэйлор (Ванесса Хадженс). Но дело осложняется тем, что она тоже должна его полюбить. И у него есть всего год, чтобы добиться ее любви. Волшебница переносит внутреннее уродство Кайла наружу и только это заставляет понять Кайла, что в жизни, действительно важно. Фильм рассказывает о человеческом уродстве. В русском языке «страшно красивый» – означает очень красивый. Переводчик, вероятно, хотел создать игру слов, но получилось не очень удачно. Ведь заголовок – это первое, с чем сталкивается зритель. По этому заголовку зритель не понимает, чего ждать от фильма, о ком фильм.

Рассмотрим китайский заголовок: 野兽男孩 («Мальчик – дикий зверь»/ «Мальчик – животное»). Переводчик заменил оригинальное название фильма. Китайский заголовок, в отличие от русского заголовка больше подходит содержанию фильма.

Лето. Одноклассники. Любовь/ LOL (жанр мелодрама).

В данном заголовке переводчик прибегнул к третьей стратегии, а именно к замене названия фильма. Американский фильм назван в честь главной героини, по имени Лола, или Лол, как называют ее друзья. Русский переводчик решил расшифровать эту аббревиатуру в соответствии с жанром и содержанием фильма. Данный перевод можно отнести также и к жанровой адаптации. Переводчик выбирает такие слова, которые подходят для легкой молодежной мелодрамы. По заголовку заранее понятно, к какому жанру относится фильм, поэтому зрителю легче определиться, подходит такой жанр ему или нет. Более того, необходимо заметить, что переводчик специально начинает каждое новое слово с заглавной буквы, чтобы легко прочитывалось английское ЛОЛ.

В китайском заголовке 母女情深 («Чувства матери и дочери») переводчик заменил оригинальное название фильма.

Дом / Home (жанр мультфильм).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, а именно к прямому переводу названия фильма с использованием генерализации. Английское слово «Home», помимо значения «Дом», имеет еще значения «очаг», «семья». Русский заголовок теряет эти важные смысловые элементы.

Рассмотрим китайский заголовок: 疯狂外星人 («Безумные инопланетяне», «Бешеные инопланетяне», «Сумасшедшие инопланетяне»). В этом случае китайский переводчик прибегнул к третьей стратегии перевода.

Турбо / Turbo (жанр мультфильм).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, а именно к прямому переводу названия фильма.

Рассмотрим китайский заголовок: 极速蜗牛 («Быстрая улитка», или более дословно «Улитка на максимуме») Как уже было сказано ранее, китайцы практически не используют прием транскрипции при переводе заголовков, что связано с их культурными и языковыми особенностями. В данном заголовке китайский переводчик заменил английское название.

Тачки 2 / Cars 2 (жанр мультфильм).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, а именно к прямому переводу названия фильма. Русский заголовок приобрел элемент разговорности (*разг.* «*тачка*», «*крутая тачка*»).

Рассмотрим китайский заголовок: 汽车总动员2 («Всеобщая мобилизация машин», или попросту «Машины 2»). Необходимо заметить, что 汽车 – это именно легковой автомобиль. Более того, словосочетание 总动员 (всеобщая мобилизация) встречается не в первый раз и добавляется к существительным. Данное словосочетание встречается именно тогда, когда нужно показать, что кого-то много и они объединяются в группы, чтобы сделать что-то. Например: 火鸡总动员; 飞机总动员; 魔法总动员. Связано это с тем, что в китайском языке нет окончаний, и для того, чтобы показать множественное число, добавляются некоторые языковые элементы. В данном случае это 总动员, чтобы показать, что машин очень много, целая группа машин.

Святой Винсент де Ван Найс / St. VincentDeVanNuys (жанр комедия).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, а именно к приему транскрипции. Необходимо добавить, что St. – это сокращение от слова saint – «святой». Русский переводчик избежал каких-либо сокращений.

Теперь рассмотрим китайский заголовок: 圣人文森特 («Святой Винсент»). Китайский переводчик опустил вторую часть имени персонажа, так как для китайцев длинные европейские имена тяжело воспринимаются и непривычно звучат, поэтому китайский переводчик сохранил лишь имя «Винсент». Более того, для китайцев «Святой человек» – это тот человек, который постиг истину. В качестве доказательства рассмотрим слово 圣人 в БКРС:

- совершенный мудрец (человек); святой;
- будд. постигший истину;
- конф. совершенно-мудрый (о Конфуции).

Таким образом, мы можем говорить лишь о частичной эквивалентности слов 圣人 и saint.

Супруги Морган в бегах / Did You Hear About the Morgans? (жанр комедия).

В данном заголовке переводчик прибегнул к третьей стратегии, а именно к замене названия фильма. Такая замена абсолютно оправдана, так как русский перевод отражает содержание фильма. Более того, такой заголовок стилистически подходит жанру комедия.

Рассмотрим китайский заголовок. Интересно, что данный фильм имеет два разных названия. Первое название: 蒸发的摩根夫妇 («Супруги Морган в бегах», или дословно «Супруги Морган испарились»). Второе название: 摩根夫妇去哪儿了 («Где теперь супруги Морган?»). Таким образом, получается, что первое название ближе к русскому переводу, а второе название ближе к американскому варианту. Тем не менее, в обоих случаях мы можем говорить о замене названия фильма.

Тупой и еще тупее 2 / Dumb and Dumber To (жанр комедия).

В данном заголовке переводчик прибегнул к первой стратегии, а именно к прямому переводу названия фильма.

Рассмотрим китайский заголовок: 阿呆与阿瓜2 («Глупец/ недотепа и тупица/ болван»)

В связи с тем, что в китайском языке сложно передать сравнение, не используя при этом специальных грамматических элементов, китайский переводчик использовал два разных слова, чтобы передать разницу между умственными способностями героя. В итоге получается, что один из них просто глупец, а второй – болван. 阿瓜 – для китайцев очень глупый человек, глупее, чем 阿呆. В китайском заголовке мы можем говорить о замене оригинального названия.

В ходе работы мы пришли к следующим выводам.

Использование прямого перевода с потерей части значения преобладает в русских переводах названий фильмов в жанрах «Фантастика», «Мелодрама» и «Комедия». При переводе названий мультфильмов русские переводчики используют прямой перевод, трансформацию и замену названия фактически с одинаковой частотностью. Что же касается перевода названий на китайский язык, то прямой перевод превалирует только в жанре «Фантастика». Для мелодрамы и комедии в одинаковой степени применимы и прямой перевод, и замена названия, а в мультфильмах китайские переводчики чаще прибегают к замене названия.

Использование конверсии и инверсии при прямом переводе характерно как для русского языка, так и для китайского.

При переводе заголовков фильмов на русский язык часто используются приемы транскрипции и транслитерации, в то время как в китайских заголовках эти приемы практически не используются из-за специфики самого языка.

Для китайских заголовков характерен описательный прием перевода, могут описываться либо события, происходящие в фильме, либо характерные черты героев фильма.

В случае если прямой перевод невозможен, и китайские, и русские переводчики прибегают к замене названия фильма. Такая замена часто обусловливается культурным аспектом, поэтому мы можем говорить о связи транскреации и перевода заголовков фильмов.

Часто в китайских заголовках нескольких разных фильмов могут повторяться одни и те же языковые элементы. Например: в названии большинства китайских заголовков мультфильмов добавляется словосочетание 总动员, что переводится, как «всеобщая мобилизация», звучит немного устрашающе. В действительности, это стандартная китайская фраза, которая используется в обычной жизни, например, если семья собирается вместе. Данное словосочетание показывает на «объединение», «соединение» кого-то или чего-то вместе.

Статистика показала, что переводчики стремятся к прямому переводу названий фильмов, но там где прямой перевод невозможен, применяется замена названия. При этом русские переводчики прибегают к прямому переводу намного чаще, чем китайские переводчики, а вот китайские переводчики намного чаще прибегают к приему замены.

Библиографический список

1. Бальжинимаева Е. Ж. Стратегии перевода названий фильмов. Улан Уде, 2009. Эл.ресурс. Режим доступа: www.labatr.bsu.ru
2. Милевич И. Стратегии перевода названий фильмов// Русский язык за рубежом. 2007. № 5. С. 65–71.
3. Крысько В. Г. Этническая психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 320 с.
4. Касумова Г. К Транскультурация, как тенденция глобализирующего мира. Бакинский государственный университет. URL: <http://gisap.eu/ru/node/910>
5. Тлостанова М. В. Постсоветская литература и эстетика транскультурации. Жить никогда, писать ниоткуда. – М.: УРСС, 2004. С. 28.
6. Kelly N., Zetzsche J. Found in Translation: How Language Shapes Our Lives and Transforms the QWorld. New York: Perigee Books, 2012/ - 288 p. Режим доступа www.worldcat.org
7. Op.cit.
8. Helen Leggatt. Translation vs. transcreation – the difference is cultural. 2014. URL: <http://www.bizreport.com/2014/12/translation-vs-trans>.
9. PN STAFF. Different Words, Same Ideas. 2011. URL <http://www.porternovelli.com/intelligence/2011/06/20/>
10. Humphrey L., Bradley J., Somers A., Gilpin G. The Little Book of Transcreation - London.:Mother Tongue Ltd, 2011. – 67 с.
11. 大БКРС – Большой Китайско-РусскийСловарь онлайн. Эл.ресурс. Режим доступа: <http://bkrs.info/>
12. Collins Dictionary. Эл.ресурс. Режим доступа: <http://www.collinsdictionary.com/>
13. MyHit энциклопедия кино. Эл.ресурс. Режим доступа: <https://my-hit.org/film/?s=3>

УДК 81

Н. Н. Чулкова

студент кафедры иностранных языков

О. В. Злобина

научный руководитель

**ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ АНГЛИЙСКИХ МЕЖДОМЕТИЙ
НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИЙ КОМИКСОВ
«THE X-MEN» И «THE AMAZING SPIDER-MAN»**

Цель статьи – рассмотреть особенности употребления английских междометий на материале серий комиксов «The X-Men» и «The Amazing Spider-Man».

Междометие – это «класс неизменяемых слов, лишенных специальных грамматических показателей и обладающих особой экспрессивно-семантической функцией – выражения чувств и волевых побуждений» [1].

«Междометиями называются слова, чьей единственной функцией является выражение эмоций» [2].

В основном междометия употребляются в устной речи диалогического характера.

В устной речи междометия непосредственно сопровождаются интонацией, жестами, мимикой для того, чтобы говорящий мог максимально точно изъяснить свои эмоции слушающему.

В письменной речи после междометия обычно ставится восклицательный знак в том случае, когда говорящий выражает сильные эмоции. Запятая ставится при выражении слабых эмоций.

Междометие выражает чувства. Оно:

- не связано грамматически с другими членами предложения;
- не помогает читателю понять взаимосвязь между словами и фразами в предложении.

Вместо этого междометие передает читателю те эмоции и чувства, которые хотел донести до них автор. Чаще всего междометия встречаются в письменной форме в художественных произведениях, реже в публицистике и научной литературе.

«Со времен Вундта принято делить междометия на две группы единиц – первообразные (первичные, прототипические, непроемные) и непервообразные (вторичные, производные) междометия» [3]. Данная классификация разделяет междометия согласно их происхождению.

Очевидным представляется деление английских междометий по своей структуре на:

- простые (состоят из одного слова);
- составные (состоят из двух и более слов).

Некоторые ученые также относят к междометиям звукоподражания.

Ономатопея (звукоподражание) – это «образование слов, условно воспроизводящих природные звуки, крики животных и т.д., а также создание слов путем звукоподражания» [2].

В свою очередь очевидным представляется разделить языковые звукоподражания на:

- регулярные (Boom!).
- нерегулярные (Fwamm).

Некоторые ученые выделяют в отдельную группу этикетные междометия.

Е. В. Середина выделяет следующие виды этикетных междометий:

- приветствия;
- прощания и пожелания;
- просьбы;
- благодарности;
- извинения [4].

Междометия можно также разделить на обозначающие эмоции и организующие речевой акт.

Междометие может стоять как в начале, так и в середине и конце английского предложения, но при этом его всегда можно вычлнить. Более того, оно может выступать в качестве отдельного предложения.

ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ

Подведем основные итоги на основании данных, полученных в ходе анализа английских междометий на примере серий комиксов «The X-Men» и «The Amazing Spider-Man».

Результаты анализа, проведенного на основе 72 примеров из комиксов «The X-Men» и «The Amazing Spider-Man», представлены в табл. 2.

Таблица 2

Примеры перевода междометий

Междометия, обозначающие эмоции (около 61% от общего количества примеров)	
Wowee! Looks like she was poured into that uniform! [The X-Men].	Вау! Эта униформа просто создана для нее!
Ha! With all your superpowers, you guys are just a bunch of softies! Can't even stand a refreshin' dose of freezin' ice cubes! [The X-Men]	Ха! Несмотря на все ваши способности, вы, парни, – всего лишь кучка слабаков! Даже не можете устоять против освежающей порции кубиков льда!
Звукоподражания (30% примеров) из них:	
регулярные (15%)	
Nok Nok [The Amazing Spider-Man]	Тук-тук
Krash! [The Amazing Spider-Man]	Бдыщ!
нерегулярные (15%)	
Whump! (описывает глухой звук) [The X-Men]	Бух!
Huuucckk! (описывает звук отхаркивания) [The Amazing Spider-Man]	Хххххххх!
По происхождению	
непроизводные междометия (69%)	
Ulp! A walkin' snowman! A guy with wings flyin' above us! Wha... What's next?! [The X-Men]	Е-мое! Ходячий снеговик! Парень с крыльями парит над нашими головами! Чт... Что дальше?!
Hunh...hunh...hunh...just five minutes rest...just give me five - -[The Amazing Spider-Man]	Фух...фух...фух...дай мне немного отдышаться...немного...
По оформленности	
качестве отдельного предложения (68%)	
Oops! Sorry, professor! I forgot myself! [The X-Men]	Ой! Простите, профессор! Я забылся!
Ugh! He created another magnetic force field! Can't fly through! [The X-Men]	Уф! Он создал еще одно магнитное силовое поле! Я не могу пролететь через него!
По позиции в предложении	
в начале (28%)	
Damn it, I know I shouldn't have left Charlie alone last night. [The Amazing Spider-Man]	Черт, я знаю, что не должен был оставлять Чарли одного прошлым вечером
Gosh, the professor is still in touch with us, mentally, despite the distance between us! [The X-Men]	Боже, профессор все еще может поддерживать с нами мысленный контакт, несмотря на огромное расстояние!
По структуре	
простые междометия (82%)	
Okay, Iceman! Last stop ... All out! [The X-Men]	Ну вот, Человек-лед! Мы приехали!
Brrr! I don't mind ice cubes, but I like 'em in a coke, not ticklin' my arm! [The X-Men]	Бррр! Я ничего не имею против кубиков льда, но только когда они плавают у меня в коле, а не щекочут мне руку!
По способу перевода	
функциональная замена (98%)	
Oh, Cyclops! What would I have done without you? [The X-Men]	Ах, Циклоп! Чтобы я без тебя делала?
Yeah! With him on our side, we'll never go to jail! [The X-Men]	О, да! Если он будет на нашей стороне, нас никогда не поймут!

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что в основном в комиксах фигурируют простые, производные междометия, обозначающие эмоции, а также нерегулярные и регулярные языковые звукоподражания. В большинстве случаев междометия выступают в качестве отдельного предложения. При переводе чаще всего приходится прибегать к функциональной замене.

Библиографический список

1. Leech G., Svartvik J. A. *Communicative Grammar of English*. М.: Prosveshcheniye, 1983. – 304 с.
2. Ахманова О. С. *Словарь лингвистических терминов*. – 2-е изд., стер. М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
3. Шаронов И. А. Назад к междометиям // *Труды международного семинара «Диалог 2004» по компьютерной лингвистике и ее приложениям*. М., 2004. – 600–665 с.
4. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. *Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителей*. – 2-е издание. М.: Просвещение, 1976. – 543 с.
5. Середа Е. В. Этикетные междометия // *Русский язык (приложение к газете «Первое сентября»)*, № 11 (494). М., 2006. – 15 с.
6. Straczynski J. M. *The Amazing Spider-Man #500*, 2003. С.16–20.
7. Straczynski J. M. *The Amazing Spider-Man #516*, 2005. С. 5–24.
8. Lee S. *The X-Men #1*, 1963. С. 2–23.
9. Lee S. *The X-Men #2*, 1963. С. 4–12.

УДК 796

А. В. Гунянина

студент Института аэрокосмических приборов и систем

Н. Ю. Слуцкая

научный руководитель

ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ С ПОМОЩЬЮ ФИТНЕС-ПРОГРАММ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Здоровье, без всякого сомнения, это истинная, безусловная ценность в жизни. Здоровье гарантирует гармоничное формирование и развитие личности, определяет его способность к труду, также оно является важным условием к самоутверждению и счастью человека. Поэтому защита собственного здоровья – это долг для каждого. Здоровье есть бесценное богатство не только отдельного человека, но и всего общества. Здоровый и духовно развитый человек счастлив – он замечательно себя чувствует, получает удовольствие от своей работы, ставит своей целью самосовершенствование. Хорошее самочувствие способствует выполнению планов, удачному решению основных жизненных задач и преодолению трудностей.

В многочисленных западных странах фитнес сейчас является массовым проектом, который нацелен на поддержание здоровья нации. В настоящее время высшее учебное заведение, как принято, служит последним звеном в образовании человека. Увы, для большинства людей это оказывается прекращением их физического развития. Понижение двигательной активности в сочетании с ухудшением питания и неправильным образом жизни обеспечивает появление избыточной массы тела, а это уже вызывает разные болезни. В настоящее время объем двигательной активности студентов никак не гарантирует достаточный уровень становления и укрепления их здоровья. В связи со всем вышесказанным важность проблемы развития физического воспитания студенческой молодежи повышается. Многие исследования подтверждают, что физкультурно-спортивная жизнь для большинства студентов не является необходимой потребностью, а здоровье и физическая подготовленность не выступают одними из ведущих ценностей нынешней молодежи [1].

Для того чтобы вызвать интерес у студентов к занятиям физической культурой, нужно идти в ногу со временем необходимо применять современные направления физической культуры. Для этого можно применять в учебном процессе разнообразные популярные виды двигательной активности, в том числе программы по аэробике, комплексы оздоровительных видов гимнастики и т. д. Данные интересные и полезные занятия оздоровительной физической культуры помогут повысить эмоциональную обстановку, насыщенность процесса обучения. Такие занятия не нужны в спортивных площадках, которые имеют большие размеры, также немало стоящих оборудований, а это очень важно при настоящем материально-техническом обеспечении спортивной базы некоторых вузов.

Оздоровительная аэробика базируется на напряженных и динамических занятиях, которые рассчитаны на повышение работоспособности сердечно-сосудистой и дыхательной систем, укрепления костно-мышечного аппарата. Во время занятия фитнесом осуществляется учащение сердечной деятельности и дыхания, повышается скорость тока крови по сосудам, увеличивается

артериальное давление, усиливается обмен веществ. Постоянные занятия, а именно в сочетании с дыхательной гимнастикой, увеличивают подвижность грудной клетки и диафрагмы, дыхание становится более редким и глубоким, а дыхательная мускулатура более крепкой и выносливой. При глубоком и ритмичном дыхании идет расширение кровеносных сосудов сердца, в конечном итоге улучшается питание и обеспечение кислородом сердечной мышцы. Особый оздоровительный результат фитнес-тренировки в том, что повышаются функциональные возможности сердечно-сосудистой системы. Данный результат заключается в экономии работы сердца в состоянии покоя и увеличении резервных возможностей аппарата кровообращения при мышечной деятельности [2].

Важные и основные оздоровительные изменения в работе дыхательной системы при занятиях фитнесом это то, что возрастает частота дыхания и глубина дыхания. Увеличиваются кровеносные сосуды легких и дыхательных путей, а также дыхательных мышц. Возрастает скорость тока крови по сосудам этих органов. Фитнес-тренировки хорошо воздействуют на дыхательную систему человека, так как в процессе занятий повышается количество альвеол, которые участвуют в работе, увеличивается жизненная емкость легких, дыхательный аппарат, который развит подобным образом, дает возможность лучше усваивать кислород, создающий условия для полноценной жизнедеятельности клеток, и тем самым увеличивающий работоспособность организма. Также при небольших нагрузках укрепляется мышечный аппарат, улучшается его кровоснабжение в работу входят резервные капилляры. Существенное значение имеет то, что в процессе тренировки присутствуют статические или динамические элементы. Упражнения, в которых преобладают статические элементы, помогают быстрому увеличению объема и массы мышц. При нагрузках в основном динамического характера, которые наиболее распространены на уроках оздоровительной аэробики, вес и объем мышц растет в значительно меньшей степени, идет удлинение мышечной части и укорочение сухожильной. Из-за постоянных физических упражнений мышцы человека увеличиваются в размере, становятся намного сильнее [3].

Практически при любых видах аэробики можно достичь основных целей оздоровительного фитнеса – развить аэробную выносливость, силовую выносливость, гибкость. Аэробная выносливость – это способность длительное время выполнять работу средней мощности и противостоять утомлению.

Фитнес-программы в рамках учебной дисциплины «Физическая культура» вызывают больший энтузиазм, чем занятия, которые проходят по традиционной программе физического воспитания. Это занятия с элементами легкой атлетики, спортивной игры и общеразвивающих упражнений. Применение фитнес-программ внесет разнообразие в учебный процесс, который наилучшим образом повысит уровень физической подготовленности студентов. Фитнес – это комплексное восстановление и укрепление здоровья правильное питание, очищение организма и индивидуальные программы физических нагрузок. Следовательно, регулярные занятия делают возможным приобретение отличного самочувствия, улучшение здоровья, оказывают эстетическое воздействие. Собственно вследствие этого фитнес интенсивно развивается и получает все большую популярность у людей различных возрастных категорий и разного уровня физической подготовки.

Библиографический список

1. Гордеев Г. В. Аэробика. Фитнесс. Шейпинг. М.: Вече, 2001. – 127 с.
2. Крючек Е. С. Аэробика. Содержание и методика проведения оздоровительных занятий: учебно-методическое пособие. М.: Террапресс, 2001. – 231 с.
3. Одинцова И. Б. Аэробика и фитнесс. М.: Эксмо, 2002. – 384 с.

УДК 796

О. Милюкова

студент Института технологий предпринимательства

Т. А. Башкина

научный руководитель

СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ РАБОТОСПОСОБНОСТИ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ГРУППЫ

Несмотря на разнообразие заболеваний (врожденный порок сердца, гипертония, пиелонефрит, язвенные болезни, гепатит, миопия и поражение опорно-двигательного аппарата), общим признаком студентов специальной группы является пониженная работоспособность из-за недостаточности функции сердечно-сосудистой системы вследствие малой двигательной активности.

Заболевания сердечно-сосудистой системы (ССС) носят общечеловеческий характер.

В настоящее время поражение сердца является причиной более 50% всех случаев смерти.

Кроме того, улучшение деятельности ССС самым непосредственным образом должно сказаться на улучшении кровоснабжения мозга и повышении умственной работоспособности студентов [1].

В настоящей работе исследовались две проблемы

1. Возможность использования различных по характеру и направленности физических нагрузок для совершенствования функций сердечно-сосудистой системы студентов специальной медицинской группы.

2. Оценка их умственной работоспособности.

Первая проблема решалась путем индивидуализации нагрузки за счет определения ответной реакции на нагрузку по частоте сердечных сокращений (ЧСС) в состоянии покоя, сразу после нагрузки и на 1 и 3 минутах восстановления. Оценка производилась по разнице между ЧСС в состоянии покоя и после нагрузки, а также по разнице ЧСС на 1 и 3 минутах восстановления. В качестве контрольных тестов применялись попеременные подъемы на гимнастическую скамейку (30 подъемов за 60 с) и приседание на полной стопе (20 раз за 40 с).

Создавались облегченные комфортные условия для деятельности сердечно-сосудистой системы. Это достигалось путем выполнения многих упражнений в положениях сидя и лежа.

Вертикальное положение тела – сложный двигательный акт, в котором принимают участие более 300 мышц одновременно.

В положении лежа количество работающих мышц для поддержания позы резко сокращается, достигается не только расслабление мышц, но и уменьшается нагрузка на сердечно-сосудистую систему за счет улучшения венозного оттока крови. Обычно ЧСС в положении лежа меньше на 10–12 уд. в мин., чем стоя, что чрезвычайно важно для лиц с нарушением ССС.

Физическая работоспособность повышалась также за счет разнонаправленности режимов выполнения упражнений. Реакция ССС студентов специальной медицинской группы на различную последовательность упражнений статического и динамического характера и их различное сочетание связана с особенностями моторно-висцеральной регуляции. При статических нагрузках главным образом утомляются не мышцы, а нервные клетки коры головного мозга. При динамической работе наступает утомление как местного, так и центрального характера. Поэтому разработка рационального сочетания статических, динамических и стато-динамических упражнений для студентов специальных медицинских групп является особенно важным.

В качестве примера приведем следующее сочетание таких упражнений:

- лежа на животе – поднять ноги и удержать их 3–5 с. (3–10 раз);
- лежа на животе – поочередное «захлестывание голени»;
- лежа на животе – поднять руки вверх, прогнуться, удержать 3–5 с.;
- лежа на животе, руки в упоре у груди – сгибание, разгибание рук в упоре (10–15 раз);

- лежа на животе – поднять одновременно руки и ноги, прогнуться (3–10 раз);
- упор стоя на коленях – сгибание рук и мах ногой вверх назад;
- упор стоя на коленях – выгибание и прогибание спины (кошечка) с медленным выполнением;
- сидя упор сзади – упор лежа с опорой одной рукой, удерживать 2–5 с.
- сидя упор сзади – ноги врозь, небольшой наклон вперед, руки в стороны-вверх, удерживать лежа на спине;
- стойка на лопатках – удерживать 3–5 с.

Эти упражнения выполняются студентами с большим интересом и эмоциональным подъемом, а такие используются в форме домашних заданий.

Проведенное контрольное тестирование выявило значительное улучшение в деятельности ССС по показателям ЧСС в покое, сразу после, нагрузки и на 1–3 мин. восстановления.

Проведение психофизиологических тестов по оценке умственной работоспособности по показателям объема и интенсивности внимания, а также уровня вербальной и зрительной памяти выявило достаточно высокий уровень этих показателей, что может быть объяснено общей культурой и интеллектом студентов специальной медицинской группы вне зависимости от уровня физической подготовленности.

На основании изложенного можно сделать выводы:

- недостаточность деятельности ССС является общей особенностью студентов специальных медицинских групп вне зависимости от формы их заболеваемости;
- принцип индивидуального подхода на основе оценки и контроля функции ССС в этом случае является главенствующим в практике физического воспитания;
- совершенствование моторно-висцеральной регуляции должно производиться в условиях, облегчающих деятельность ССС;
- использование разнонаправленных режимов выполнения упражнений является рациональной формой повышения физической работоспособности;
- общая культура и врожденные интеллектуальные способности обеспечивают высокие показатели объема и интенсивности внимания, уровня вербальной и зрительной памяти вне зависимости от физической подготовленности студентов специальных медицинских групп.

Библиографический список

1. Кузнецова Н. К., Федоров Б. Н. Экспериментально-педагогическое обоснование целесообразности применения подготовительных нагрузок в процессе физического воспитания студентов // Методика и средства интенсификации физического воспитания и спортивной тренировки (ДСП): Межвуз. сб. науч. тр. /ЛИАП. Л., 1981. С. 114.
2. Письменский В. В., Луббарди Н. Сравнительный анализ эффективности различных методов релаксации мышц – теория и практика физической культуры. 2001 г., № 1. С. 47.

УДК 796

В. А. Пархоменко

студент Института инновационных технологий в электромеханике и энергетике

Н. Ю. Слущкая

научный руководитель

ЗНАЧЕНИЕ УПРАЖНЕНИЯ НА СТЕП-ПЛАТФОРМЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СИЛЫ МЫШЦ

В голове современного среднестатистического обывателя прочно укрепилась мысль, заключающаяся в том, что занятия спортом с целью приведения себя в форму – весьма дорогостоящее занятие, требующее недюжинных познаний, как в технике выполнения упражнений, так

и в области питания. Это утверждение соответствует истине лишь отчасти. Действительно, все, что касается питания, имеет первостепенное значение для поддержания себя в той форме, которая вам желанна. Профессиональные спортсмены даже заявляют, что секрет успеха на 60% основан на питании, на 20% на соблюдении режима и лишь на 10% на самих тренировках. Тем не менее, это вовсе не значит, что одними лишь диетами и восьмичасовым сном можно создать себе тело мечты. Нужно тренироваться. И тренироваться упорно и системно. Многие люди считают, что подобрать правильные упражнения и тренажеры для тренировки – очень сложно. Это не совсем так, движения с использованием степ-платформы имеют много общего с ходьбой вверх по лестнице. Занятия на платформе прекрасно прорабатывают мышцы ягодиц и ног. Кроме того, степ платформа используется и для аэробных нагрузок, укрепляющих сердечно-сосудистую систему, позволяющих стать более выносливым. Период двойной опоры увеличен. Свободная нога перемещается в согнутом положении, опорная нога выпрямляется только после момента вертикали. При этом особенно велико значение четырехглавой мышцы бедра. Она выполняет преодолевающую работу в период одинарной опоры. Благодаря ее сокращению бедро разгибается в коленном суставе, и все тело приподнимается. Мышцы – разгибатели бедра в тазобедренном суставе: большая ягодичная, большая приводящая, полусухожильная, полуперепончатая и двуглавая – способствуют не только разгибанию бедра, но и разгибанию таза, а вместе с ним и всего туловища, колебания которого в передне-заднем направлении более значительны, чем при обычной ходьбе. Значительно больше и колебательные движения в стороны позвоночного столба, а вместе с ним и туловища, в связи с чем резко возрастает работа мышц, производящих эти движения.

При выполнении упражнений с использованием платформы мышцы верхней части туловища работают в основном в тоническом режиме, что позволяет удерживать туловище в правильном положении. Основная нагрузка ложится на мышцы пояса нижних конечностей и нижней части туловища.

Для увеличения эффективности занятий со степ-платформой можно применять отягощения, например, гантели. Так же можно просто поднять уровень платформы на несколько сантиметров, что значительно увеличит нагрузку на мышцы и сделает тренировку более эффективной.

УДК 796

И. А. Пипаринен

студент Института аэрокосмических приборов и систем

Н. Ю. Слуцкая

научный руководитель

ФИТНЕС-КУЛЬТУРА В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

Фитнес-культура в вузе является одним из компонентов процесса формирования общей и профессиональной культуры личности современного специалиста, системы гуманитарного воспитания студентов. Как учебная дисциплина, она является одним из средств формирования всесторонне развитой личности, фактором укрепления здоровья, оптимизации физического и психофизиологического состояния студентов в процессе профессиональной подготовки.

Фитнес-культура студентов ориентирована на развитие целостной личности, гармонизацию ее духовных и физических сил, активизацию готовности реализовать потенциальные возможности в здоровом стиле жизни, профессиональной деятельности. Достигаемая при этом гуманизация педагогического процесса характеризует его очеловечивание, выдвигание личности студента в качестве главной ценности.

Фитнес-культура охватывает свойства личности, позволяющие ей развиваться в единстве с культурой общества, достигать гармонии знаний и творческого действия, разрешать против-

речия между природой и производством, трудом и отдыхом. Достижение личностью такой гармонии обеспечивает ей социальную устойчивость, продуктивную включённость в жизнь и труд, создает ей психологический комфорт.

Качественно новая стадия осмысления сущности фитнес-культуры связывается с ее влиянием на духовную сферу студентов как одного из действенных средств интеллектуального, нравственного, эстетического воспитания. И если сегодня уже не нужно доказывать прогрессивность воздействия занятий физическими упражнениями на здоровье человека, его физическое развитие, воспитание двигательных качеств, то их влияние на развитие духовности требует некоторых доказательств.

Для осуществления социальной роли фитнес-культуры по отношению к студенческой молодежи занятия должны соответствовать ее ценностным ориентациям, мотивам и интересам.

Сфера ценностных ориентаций и мотивов приобщения студентов к занятиям фитнесом широка и разнообразна. В первую очередь, это ориентации на здоровье, на профилактику и лечение заболеваний, на здоровый образ жизни, физическую рекреацию и приятное времяпрепровождение, на получение положительных эмоций, на развитие физических качеств и красивое тело.

Естественно, что приоритеты в приведенных ценностных ориентациях и мотивах могут меняться со временем и зависят в первую очередь от возраста, пола, социального положения, условий жизни.

Для студенток приоритетными являются: желание сформировать красивую, привлекательную фигуру, устранить ее дефекты, укрепить здоровье, улучшить самочувствие и работоспособность, скорректировать физическое развитие; потребность в двигательной активности; мотивы игры, развлечения, «положительных эмоций»; спортивный интерес.

Для студентов в большей степени интересны: силовая подготовка и формирование красивой фигуры, укрепление здоровья и коррекция физического развития; мотивы игры, развлечения и положительные эмоции; спортивная деятельность.

Полезность и необходимость занятий физкультурой и спортом большинством студентов осознается, но, по-видимому, основными препятствиями на пути их реализации являются обычная лень, нежелание или неспособность делать над собой усилия, преодолеть себя, а также отсутствие у многих в более раннем и восприимчивом возрасте опыта физкультурной активности, прецедента личного яркого, сильного переживания, связанного с этим. На приобретение этого опыта, формирование ценностных ориентаций и мотивов занятий физкультурой и спортом во многом и направлен учебный процесс физического воспитания.

Говоря о ценностном потенциале фитнес-культуры, необходимо иметь также в виду два уровня ценностей: общественный и личностный – и представлять механизм преобразования общественных ценностей в достояние каждой личности.

К общественным ценностям фитнес-культуры относятся: интеллектуальные, мобилизационные, ценности двигательного характера и педагогической технологии.

Интеллектуальные ценности – это методы и средства развития физического потенциала человека как основы организации его физической активности, спортивной подготовки, закалывания и здорового стиля жизни.

Особое значение для подготовки жизнеспособного и социально активного молодого поколения имеет освоение детьми и молодежью мобилизационных ценностей физической культуры. К их числу относятся воспитываемая физкультурными и спортивными занятиями способность к рациональной организации своего бюджета времени, внутренняя дисциплина, собранность, быстрота оценки ситуации и принятия решения, настойчивость в достижении поставленной цели, умение спокойно пережить неудачу и даже поражение, наконец, просто «выкрутиться» из сложной ситуации. Мобилизационные ценности физической культуры помогают человеку выжить в экстремальных ситуациях.

В основе современной системы освоения ценностей фитнес-культуры лежат теоретические концепции, определяющие инновационные подходы и новые педагогические технологии.

Теоретической основой физкультурного воспитания служат педагогические принципы его организации: гуманизация, поливариантность и многообразие, гармонизация содержания физкультурно-спортивной деятельности.

Технологической основой физкультурного воспитания выступают деятельностный подход, новое понимание образовательного подхода, приоритет эмоционального аспекта физкультурно-спортивных занятий, эффект удовольствия и успеха.

Содержание физкультурного воспитания студентов включает следующие направления: социально-психологическое, интеллектуальное, специфическое (двигательное) и валеологическое воспитание.

Направленность социально-психологического воспитания студентов обеспечивает формирование жизненной философии, потребностно-деятельностного отношения к освоению ценностей фитнес-культуры. Положительный эффект социально-психологического воспитания будет достигнут, если личностные ценности фитнес-культуры будут прочувствованы студентами, осознаны ими как жизненно важные и необходимые.

Содержание интеллектуального воспитания предполагает формирование у студентов парадигмы знаний, охватывающей широкий спектр наук: медико-биологических, педагогических, психологических и других, которые тесно связаны с фитнес-культурой. Специфическая часть физкультурного воспитания содержит решение двигательных задач: формирование физических качеств, умений и навыков управления движениями, а также возможностей рационального использования физического потенциала.

Фитнес-воспитание – процесс воспитания, направленный на формирование фитнес-культуры студентов. По утверждению ряда ученых, сохранение здоровья во многом зависит от отношения человека к своему здоровью, образу жизни и поведению. К методологическим технологиям и подходам построения концепции фитнес-воспитания студентов относят:

- системно-ценностный подход, основу которого составляет понимание воспитания как целостного явления;
- личностно-ориентированный подход, позволяющий наполнять процесс фитнес-воспитания вовлечением студентов в деятельность по формированию здорового образа жизни;
- образовательный подход, который позволяет формировать осознанное отношение молодежи к здоровью, спортивному стилю жизни на основе освоения знаний, объективно раскрывающих социальную обусловленность процесса сохранения здоровья.

При разработке программы фитнес-воспитания студентов тренер руководствуется общепринятыми в социологии методологическими подходами передачи социального опыта, включающими в себя три подсистемы:

- информационную, обеспечивающую передачу совокупности знаний;
- мотивационную, формирующую отношения, запросы, цели, планы личности;
- операционную, обеспечивающую формирование умений, навыков, методов и способов действий.

Целью использования средств фитнеса на академических занятиях студентов является формирование фитнес-культуры личности и способности направленного использования его средств для укрепления здоровья, повышения работоспособности, коррекции телосложения. Для ее реализации необходимо решить следующие задачи:

- добиться понимания студентами социальной роли фитнес-культуры в развитии личности;
- обеспечить познание научно-биологических и практических основ фитнес-культуры здорового образа жизни;
- сформировать мотивационно-ценностное отношение к фитнескультуре, установку на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребность в систематических занятиях;

– помочь студентам овладеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизиологических способностей;

– способствовать общей и профессионально-прикладной физической подготовленности, определяющей готовность студентов к будущей профессии.

В процессе обучения студенты должны овладеть следующими знаниями и умениями в области фитнес-культуры:

– понимать роль фитнес-культуры в развитии человека и подготовке специалиста;

– знать основы фитнес-культуры и здорового образа жизни;

– владеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизиологических способностей и качеств, самоопределение в физической культуре;

– приобрести опыт испытания физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

УДК 796

Д. Фомин

студент Института информационных систем и защиты информации

Е. Г. Шубин

канд. пед. наук, доц. – научный руководитель

СЕЙСМОГРАФИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО ДЛЯ ОЦЕНКИ ВРЕМЕННЫХ СООТНОШЕНИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СПОРТИВНОЙ ТЕХНИКИ

В последние годы заметен значительный прогресс в студенческом научном спортивном движении. Во многом этому способствует широкое внедрение в спортивные исследования последних достижений современной науки и техники, теоретических знаний и практических навыков, полученных на студенческой скамье, способных воплотить замыслы тренеров и спортсменов [1].

Был создан комплекс аппаратуры для определения и регистрации темпо-ритмовых параметров соотношений спортивного упражнения. В основу создания устройства был заложен сейсмический принцип, т. е. преобразование колебаний грунта, вызванных внешней силой, в электрический сигнал, с дальнейшим усилением его и регистрацией [2].

Применение сейсмического принципа в данной разработке оправдано следующими соображениями:

– спортсмен не несет на себе измерительную аппаратуру, нарушающую естественность движения, так как сейсмодатчики располагаются на грунте спортивного сооружения в непосредственной близости от объекта исследований;

– исследования техники спортивного упражнения могут быть произведены в соревновательных условиях в момент наивысшего психологического напряжения испытуемого, кульминации проявления его силовых и скоростно-силовых качеств;

– сейсмодатчики фиксируют не только наличие внешней силы, приложенной к грунту (в случае исследования прыжков в длину и тройного, давления ноги в опорных фазах бега и отталкивания), но и величину внешней силы, что позволяет выделить акцентирующие моменты в ритмической структуре упражнения;

– сейсмическая аппаратура в комплексе с быстродействующим регистрирующим прибором позволяет получать срочную информацию.

Нами были проведены экспериментальные исследования по оценке взаимосвязи уровня силовой и скоростно-силовой подготовки с ритмом разбега и отталкиваний прыгунов в длину и тройным. Исследуемыми являлись 6 человек – мастеров спорта и кандидатов в мастера спорта, студентов вузов города Ленинграда, специализирующихся в прыжках в длину и тройным. Спортсмены на протяжении учебного года 10 раз выполняли ряд контрольных тестов, характеризующих уровень их силовой и скоростно-силовой подготовки с одновременной фиксацией ритма последних шагов разбега и отталкиваний.

Математическая обработка результатов экспериментальных исследований выявила статистически достоверные различия в оценке параметров ритмического рисунка предтолчковых шагов и отталкиваний в зависимости от уровней силовой и скоростно-силовой подготовки испытуемых ($P < 0,05$), так же как и тесную корреляционную зависимость между результатом прыжка и ритмом предтолчковых шагов и отталкиваний ($r = 0,83$), где r – коэффициент корреляции.

Выводы

Сейсмический метод исследования спортивной техники является действенным средством анализа движений и получения данных срочной информации в спорте.

Ритмический рисунок последних шагов разбега и отталкиваний тесно коррелирован с результатом прыжка в длину и тройным.

Различие уровней силовой и скоростно-силовой подготовок существенным образом сказывается на ритме предтолчковых шагов и отталкиваний.

Библиографический список

1. Сидоренко С. П., Шубин Е. Г. Оценка скорости различных вариантов разбега прыгунов тройным прыжком // Методика и средства интенсификации физического воспитания и спортивной тренировки (ДСП): Межвуз. сб. науч. тр. / ЛИАП. Л., 1981. С. 124–127.
2. Шубин Е. Г., Щелканова Т. С. Структурно-ритмическая организация разбега как показатель технической готовности спортсмена к выступлению в ответственных соревнованиях // Методика и средства интенсификации физического воспитания и спортивной тренировки (ДСП) Межвуз. сб. науч. тр. / ЛИАП. Л., 1981. С. 138–142.

УДК 796

Ю. С. Чиченева

студент Института вычислительных систем и программирования

М. Б. Фарберов

канд. техн. наук, доц. – научный руководитель

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОК-БАСКЕТБОЛИСТОК ПЕРВОГО КУРСА

Проблема подготовки спортсменок-баскетболисток в условиях вуза всегда была и остается актуальной. Ведь именно возраст 18–25 лет является периодом наибольшей реализации спортивных результатов в баскетболе. Но в то же время данный возраст является временем учебы в вузе. Наивысших результатов, как в нашей стране, так и за рубежом добиваются баскетболисты в студенческом возрасте, и очень часто – в период учебы в колледжах, институтах, университетах и других высших учебных заведениях.

Однако подготовка студенческих команд, особенно в вузах нефизкультурного профиля, имеет свои сложности и особенности. Ведь не секрет, что для того, чтобы команда по баскетболу была «сыгранной», необходимо несколько лет. А состав баскетбольной студенческой команды все время меняется, поскольку одни спортсмены поступают на первый курс, другие оканчивают институт и выбывают из команды. Кроме того, затруднена комплектация команды согласно функциям игроков: ведь далеко не всегда в институт поступают игроки именно тех амплуа и уровня подготовленности, которые необходимы команде в данный момент. В студенческой ко-

манде режим тренировок и отдыха определяется не самим тренером, как в профессиональных и клубных командах, а заданными условиями учебного процесса в вузе. Поэтому тренер вузовской команды вынужден преодолевать ряд трудностей, включая сложности при комплектации команды, при попытке правильной организации тренировочного процесса согласно законам развития спортивной формы и адаптации, при построении учебно-тренировочного процесса с учетом недостаточного количества (2–3 раза в неделю) тренировок, различного уровня подготовленности студенток-баскетболисток и постоянной смены состава команды. Для эффективности тренировочного процесса баскетболисток важную роль играет оптимальный подбор средств и методов специальной физической подготовки, тактической и психологической подготовки [1].

Психологическая подготовка – это педагогический процесс, направленный на воспитание спортсмена как личности, его морально-волевых качеств, необходимых для успешного выполнения тренировочной деятельности, подготовки к соревнованиям и надежного выступления в них.

Психологическая подготовка помогает создавать такое психическое состояние, которое способствует, с одной стороны, наибольшему использованию физической и технической подготовленности, а с другой – позволяет противостоять предсоревновательным и соревновательным сбивающим факторам (неуверенность в своих силах, страх перед возможным поражением, скованность, перевозбуждение и т. д.).

Психологическую подготовку спортсменов делят на две части: общая психологическая подготовка и психологическая подготовка непосредственно к соревнованию и матчу.

Общая психологическая подготовка тесно связана с воспитательной и идейной работой со спортсменами. Особенно это относится к формированию идейной убежденности, воспитанию свойств личности. В программу психологической подготовки должны быть включены мероприятия, направленные на формирование спортивного характера. Спортивный характер – это важный элемент успешного выступления в соревнованиях, где он по-настоящему проявляется и закрепляется, но формируется он в тренировочном процессе [2].

Психологическая готовность спортсменов к соревнованиям определяется:

- спокойствием (хладнокровием) спортсмена в экстремальных ситуациях, что является характерной чертой его отношения к окружающей среде;
- уверенностью спортсмена в себе, в своих силах как одной из сторон отношения к себе, обеспечивающей активность, подготовленность действий, помехоустойчивость;
- боевым духом спортсмена. Как и отношение к процессу и результату деятельности, боевой дух обеспечивает стремление к победе, то есть к достижению соревновательной цели, что способствует раскрытию резервных возможностей.

Единство этих черт спортивного характера осуществляет состояние спокойной боевой уверенности.

Развитие физических качеств и воспитание волевых черт характера взаимосвязаны. Воля, как и мышцы, развиваются только в процессе проявления двигательной деятельности в результате преодоления объективных и субъективных трудностей. Эти трудности состоят в необходимости одолевать сложной техникой игровых приемов, преодолевать усталость, сохранять самообладание, регулировать эмоциональное состояние, сохранять высокую работоспособность в трудных условиях спортивного единоборства. Следовательно, средством формирования волевых черт характера является физическая нагрузка. Необходимо создавать условия, в которых развиваются и закрепляются сильные стороны характера, где необходимо проявление стойкости, уверенности, решительности, смелости [3].

Методы психологической подготовки баскетболисток:

- метод упражнений по преодолению трудностей;
- метод настраивающих упражнений с целью настраивания игроков на необходимое психическое состояние;
- метод идеомоторных упражнений, путем мысленного восприятия позволяющий воспроизвести и конкретизировать будущую двигательную деятельность;

– метод психорегулирующей тренировки, позволяющий с помощью упражнений уменьшить напряжение и настроить на предстоящую деятельность.

Рекомендации по воспитанию волевых качеств:

- задачи по проявлению волевых усилий ставить четко, конкретно; они всегда должны соответствовать возрастным возможностям;
- добиваться качественного и своевременного выполнения заданий;
- формировать активное отношение к выполнению физических нагрузок на занятиях, добиваться четкого выполнения установок на соревнованиях;
- побуждать занимающихся к работе над устранением своих недостатков в физической и технико-тактической подготовке, к режиму труда и отдыха;
- создавать у занимающихся уверенность в своих силах в осуществлении намеченных планов в подготовке, намеченных установок в игре.

Важно проводить разбор проведенной игры. Его рекомендуется делать после отдыха или на другой день, после того, когда уменьшится эмоциональное возбуждение и спортсменки смогут критически оценить свои действия и воспринять анализ, сделанный тренером. Все высказывания должны носить деловой, доброжелательный характер. Раздражение или необоснованные упреки могут нанести травму баскетболистке.

Студенческий возраст (первый курс 17–18 лет), как правило, совпадает с третьей пубертатной фазой полового созревания, которая выражается завершением развития и внешнем проявлением его признаков.

Подростковый возраст характеризуется рядом отличительных особенностей. У подростков преобладает процесс возбуждения, заметно ухудшается дифференцирование торможения, условно рефлекторные реакции становятся менее адекватными раздражению и носят более выраженный «бурный» характер. Отчасти этим объясняется тот факт, что двигательные действия подростков нередко отличаются большим числом дополнительных движений, сокращением ненужных мышц, излишней закрепощенностью.

Подростка отличает резко повышенная эмоциональность поведения, сопровождающаяся подчас психической неустойчивостью быстрым переходом от угнетения к радости и наоборот. Подобные изменения носят временный характер и являются следствием нейрогормональных сдвигов, присущих данному возрастному периоду.

Подростковый возраст примечателен активизацией гормональной функции половых желез. На фоне включения половых желез во взаимодействие с гипофизом и щитовидной железой изменяются нейроэндокринные и нейрогуморальные соотношения в организме, характерные для предшествующего детства.

Эмоциональные переживания, связанные со значительными изменениями, наступающими в жизнедеятельности организма в процессе спортивных занятий. Повышенная мышечная активность, составляющая характерную и необходимую особенность спортивных занятий, если они протекают нормально, всегда сопровождается образным состоянием эйфории (повышенной оживленности действий, речи и т. п.), астеническими чувствами бодрости и жизнерадостности. В случаях перетренировки та же мышечная активность вызывает астенические эмоции: упадок сил, неудовольствие и др.

Эмоциональные переживания, связанные с высоким уровнем совершенства в выполнении технически сложных, трудных и опасных физических упражнений. Эти эмоции отражают состояние повышенной общей работоспособности организма, переживание успеха в выполнении данного действия и вызванное этим сознание личного превосходства: приятно ощущать себя сильным, ловким, смелым, отважным, выносливым, уверенными в своих силах, способным выполнить не всякому доступное трудное упражнение. Эти чувства соотносятся со способностью спортсмена направлять большие усилия воли, направленные на преодоление значительных трудностей, что является существенной чертой его характера, мерилom, с помощью которого не только сам спортсмен, но и окружающие оценивают его личное достоинство. Достаточно ука-

зять на то, как вырастает не только в чужих глазах, но и в своих собственных спортсмен, успешно решивший спортивную задачу, потребовавшую больших волевых усилий [4].

И, наоборот, в случае травматических повреждений или даже просто неудачной попытки при выполнении трудного упражнения, которыми иногда заканчиваются спортивные занятия, могут вызвать астенические эмоциональные переживания: неуверенность, боязнь, заторможенность и пр. Переживаемые при выполнении опасных физических упражнений астеническое чувство успеха часто имеет в своей основе преодоление страха, вызванного выполнением спортивных действий в сложных и трудных условиях. У опытного спортсмена, в совершенстве владеющего спортивной техникой, сознание опасности и сопровождающее его чувство страха не дезорганизуют поведение, а, наоборот, вызывают прилив сил, направленных на преодоление опасности. В этих случаях у спортсмена возникает стремление еще и еще раз испытать своеобразное чувство риска, в котором элемент страха вызывает удовольствие, поскольку он сопровождается сознанием собственного умения и силы, способных преодолеть опасное препятствие.

Эмоциональные переживания, связанные с ходом спортивной борьбы. Эти эмоции всегда имеют очень напряженный характер, в них отражаются большие усилия, направленные на достижение победы или наилучшего результата. По своей интенсивности они намного превышают те эмоциональные состояния, которые доступны человеку в его обычной повседневной деятельности. Нередко они получают своеобразное отражение в мимике эмоционального напряжения. В процессе спортивной борьбы при удачном выполнении ответственного приема (например, когда футбольный мяч забит в ворота противника) эмоциональное переживание успеха может достигнуть степени бурного аффекта радости. При неудачах нередко наступает чувство растерянности, упадка сил, неуверенности в себе.

Эмоциональные состояния во время спортивных состязаний часто характеризуются наличием сильного возбуждения, получившего название «спортивной злости» и имеющего огромное динамогенное значение. Во время этого состояния спортсмен ощущает в себе колоссальную силу, не чувствует усталости, все его психические процессы обострены, он проявляет способность к очень быстрым и сильным реакциям.

Эстетические эмоции. Чаще всего они бывают связаны с восприятием ритма движений, красоты их формы и других сторон, характеризующих совершенство выполнения физического упражнения. Эти чувства возникают при занятиях гимнастикой, фигурном катании на коньках и т.п. Большое эстетическое значение имеют чувства, вызываемые восприятием внешней обстановки, в которой протекают спортивные занятия или соревнования. Ее торжественность, красивое внешнее оформление места занятий, одинаковая форма, в которую одеты участники, присутствие многочисленных зрителей, их внимательность, заинтересованность – все это создает у участников соревнований приподнятое эмоциональное состояние и желание добиться успеха, показать с самой лучшей стороны свою спортивную подготовленность. Когда же внешняя обстановка спортивных соревнований слишком обыденна, это может привести к появлению у спортсмена астенических эмоциональных переживаний.

Нравственные чувства, связанные с глубоким сознанием общественного значения своей спортивной деятельности (ответственность перед коллективом за свои успехи и неудачи в спортивном состоянии чувства гордости и т. п.). Они являются могучим стимулом мобилизации всех сил спортсмена на преодоление трудностей. Исход спортивной борьбы очень часто зависит от нравственных чувств и стремлений спортсмена. Этому помогает чувство ответственности перед коллективом. Спортсмен, обладающий этим чувством, никогда не откажется от борьбы за интересы своей команды.

Следует помнить, что спортсменки под воздействием эмоционального возбуждения часто плохо контролируют себя, иногда принимают опрометчивые решения, зачастую это происходит от недостаточной технической и игровой подготовки. Процесс психологической подготовки делится на общую подготовку (воспитание мотивов, побуждающих к систематическим занятиям, совершенствование двигательных навыков, преодоление трудностей) и подготовку к соревновани-

ям, когда проводится работа по созданию психологической готовности к противоборству в соревнованиях.

Библиографический список

1. Справочник по психологии и психиатрии детского и подросткового возраста / Под ред. С. Ю. Циркина. – СПб: Питер, 2004. – 896 с.
2. Гогунев Е. Н., Мартьянов Б. И. Психология физического воспитания и спорта // Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
3. Вяткин Б. А. Диагностика и регулирование психического состояния спортсмена в соревновании: учеб. пособие. – Пермь, 2004.
4. Жаров К. П. Волевая подготовка спортсменов. – М.: Физкультура и спорт, 2006.

УДК 004.896

А. А. Алексеева, А. А. Исаева

студенты кафедры менеджмента

М. Л. Кричевский

д-р техн. наук, проф. – научный руководитель

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕД НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОТЕЛЯ

Уровень деятельности отеля характеризует показатель загрузки. Для нормального функционирования будущей деятельности отеля важно наиболее адекватно оценить его планируемую загрузку.

Рассчитанный с учетом влияния различных факторов внутренней и внешней среды показатель планируемой загрузки позволяет решить такие задачи, как оценка прибыльности отеля, анализ конкурентной среды, а также снижает вероятность возникновения ошибок при составлении бюджетов.

Показатель загрузки отеля Z выражается в процентах и рассчитывается по формуле

$$Z = \frac{n}{N} 100\% ,$$

где n – число проданных номер-ночей; N – номерной фонд.

Загрузку отеля рассчитывают на различные временные периоды в зависимости от цели использования информации. Отель ведет учет значений показателя загрузки за день, месяц, год для сравнения с предыдущим периодом, менеджеры используют собранные данные для планирования значения этих показателей в будущих периодах. Низкой считается загрузка от 0 до 40%, средней – от 40% до 70% и высокой – 70% до 100%.

Для анализа был выбран уровень деятельности отеля Ибис Санкт-Петербург Центр и были рассмотрены влияющие на него факторы. Данный отель является универсальным и обладает стандартными для отрасли характеристиками, поэтому может служить хорошим примером организации этого типа.

Средняя загрузка отеля Ибис Санкт-Петербург Центр за 2014 г. составила 71,4%.

Наиболее сильное влияние на загрузку отеля оказывают следующие факторы [2].

Сезон. В гостиничном деле принято делить календарный год на временные промежутки – сезоны, характеризующиеся неизменным на протяжении данного периода спросом на гостиничные услуги.

Внешнеполитическая обстановка в стране. Взаимоотношения с другими странами, как фактор внешней среды, оказывают сильное влияние на въездной туризм. Например, введение безвизового режима увеличивает поток туристов из этой страны. В свою очередь негативный имидж страны на политической арене значительно снижает поток иностранных туристов.

Качество обслуживания. Для любой организации, предоставляющей услуги, очень важен данный фактор. Чем выше качество обслуживания, тем большим спросом пользуется отель.

Лояльность гостей – положительное отношение потребителей к деятельности компании, предоставляемым услугам, имиджу бренда, персоналу и многим другим аспектам. Наличие лояльности к компании во многом определяет успешность ее бизнеса и является крепким фундаментом для хороших и стабильных продаж. Лояльность выражается в том, что клиент в течение

длительного промежутка времени (обычно более года) приобретает услуги предприятия, практически не обращаясь к конкурентам.

На рис. 1 изображена система нечеткого вывода, выбранная для решения задачи [1].

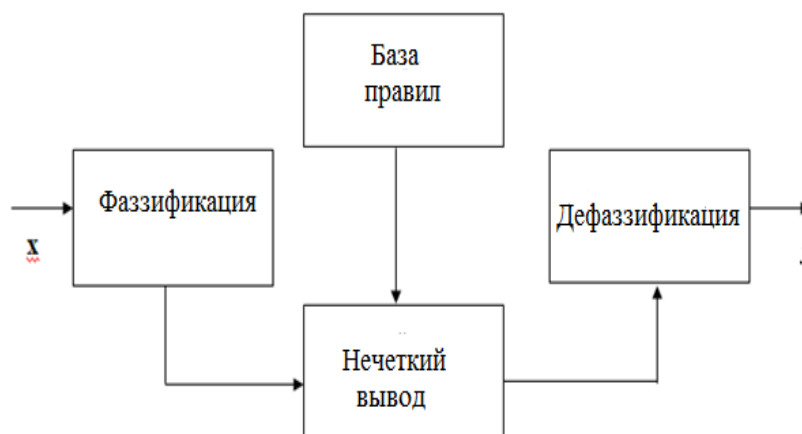


Рис. 1. Система нечеткого вывода

Данная система состоит из следующих модулей:

- фаззификация (от англ. слова *fuzzy*): здесь происходит преобразование вектора входных четких переменных в нечеткие множества, необходимые для нечеткого вывода;
- база правил, содержащая информацию о зависимости $y = f(x)$ в виде лингвистических правил вида «если – то»;
- блок нечеткого вывода, который на основе базы правил формирует значение выходной переменной в виде выходного нечеткого множества;
- дефаззификация (от англ. слова *defuzzy*): выполняется преобразование выходного нечеткого множества в четкое выходное значение y .

С помощью программы *MATLAB* была создана нечеткая система оценки загрузки отеля входными параметрами которой являются:

- внешнеполитическая обстановка (x_1);
- сезон (x_2);
- качество обслуживания (x_3);
- лояльность гостей (x_4).

Выходным параметром является загрузка отеля (y_1).

Для каждой переменной были выбраны диапазон (от 0 до 100), градации и вид функции принадлежности:

- внешнеполитическая обстановка – две градации – нестабильная обстановка имеет диапазон от 0 до 28, стабильная от 18 до 100; функция принадлежности – трапецевидная (*trapmf*);
- сезон – четыре градации (низкий сезон от 0 до 27, средний от 20 до 57, высокий от 54 до 85 и пиковый от 83 до 100); функция принадлежности – треугольная (*trimf*);
- качество обслуживания – две градации (плохое обслуживание от 0 до 29, хорошее от 19 до 100); функция принадлежности – трапецевидная (*trapmf*);
- лояльность гостей – две градации (низкая лояльность и высокая); функция принадлежности – гауссовская (*gaussmf*);
- загрузка отеля – три градации (низкая загрузка, средняя и высокая); функция принадлежности – гауссовская (*gaussmf*).

Далее была построена база правил, состоящая из 32 правил, с помощью которой была проверена работоспособность системы.

На основании этих правил и с помощью использования табличного процессора *Microsoft Excel* было получено уравнение регрессии, характеризующее зависимость показателя загрузки отеля от факторов внутренней и внешней среды:

$$YR = 20 + 0,6x_1 + 0,21x_2 - 0,19x_3 - 0,12x_4$$

Уравнение позволяет определить, что загрузка отеля при нестабильной внешнеполитической обстановке, низком сезоне, плохом качестве обслуживания и низкой лояльности гостей низкая (14,7%). Загрузка отеля при стабильной внешнеполитической обстановке, пиковом сезоне, хорошем качестве обслуживания и высокой лояльности гостей высокая (72,4%). Полученные значения показателей загрузки отражают реальный уровень деятельности отеля, следовательно, данное уравнение математически его обосновывает.

В заключение следует отметить, что найденное уравнение регрессии универсально и на его основании может быть рассчитан показатель загрузки любого отеля.

Библиографический список

1. Кричевский М. Л. Методы исследования в менеджменте. – М.: Кнорус, 2015. 296 с.
2. Тимохина Т. Л. «Организация административно-хозяйственной службы гостиницы»: учебное пособие / Т. Л. Тимохина. – М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. – 256 с.

УДК 339.9

Л. С. Алексеева

студент кафедры международных экономических отношений

В. Л. Хейфец

д-р ист. наук, доц. – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И ИТАЛИИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ

На сегодняшний день Италия выступает одним из наиболее близких партнеров Российской Федерации в Европе, с которым установлено и находится в состоянии дальнейшего развития и усовершенствования двустороннее взаимодействие по многим направлениям.

Стоит отметить, что в последнее время, а именно в период 2014–2015 гг., наблюдается ухудшение внешнеэкономических отношений России со странами Европы, среди которых и Италия.

В нашей стране более 500 компаний работает с итальянским капиталом, во всех сферах экономической деятельности, включая высокие технологии, реализуются уникальные проекты, более 40 представительств итальянских компаний прошли аккредитацию в Торгово-Промышленной Палате РФ [5].

Все это вызывает необходимость решения отдельных проблем, возникших в отношениях между Россией и Италией и совершения действий по улучшению сотрудничества России с этой страной-партнером.

В настоящее время успешное развитие двусторонних отношений опирается на прочный экономический фундамент. По объему товарооборота Италия находится на 4 месте среди торговых партнеров России после Германии, Нидерландов и Китая [1].

Обратимся к периоду 2012–2013 гг. и охарактеризуем основные особенности двусторонних отношений между Россией и Италией в этом периоде. По данным Росстата, сумма итальянских накопленных инвестиций в российскую экономику по итогам 2012 г. составляла 1,1 млрд долл. США, из них прямых – 789 млн долл. США [5].

Объем накопленных российских инвестиций в экономику Италии за 2012 г. составил 308 млн долл. США, из них прямых – 93 млн долл. США. По состоянию на конец 2013 г. сумма итальянских накопленных инвестиций в российской экономике составила около 1 млрд долл., из них прямых – более 730 млн долл. Объем накопленных российских инвестиций в экономику Италии составляет около 500 млн долл., из них прямых – 106 млн долл. [5].

Еще одной особенностью внешнеэкономического сотрудничества между Россией и Италией является развитие межрегиональных связей. Подписаны и реализуются более 40 соглашений между регионами Италии и субъектами Российской Федерации.

Необходимо отметить, что развитие межрегиональных связей соответствует интересам итальянского бизнеса. Это обстоятельство отражено и в торгово-политических подходах правительственных кругов Италии к вопросу о развитии прямых экономических отношений между регионами России и Италии [7].

Что же касается торгового оборота между этими двумя странами в период 2012–2013 гг., то по данным, опубликованным Торговой палатой Милана, об объемах сотрудничества страны с Россией за 2013 г., он стал составлять 53,9 млрд долл.

Экспорт из России в 2013 г. вырос на 9,5% по сравнению с 2012 г. В абсолютном выражении он стал равен 39,3 млрд долл. А экспорт из Италии (соответственно импорт в Россию) вырос на 8,2% и составил на конец 2013 г. 14,6 млрд долл. Россия в основном продавала сырье – 68,8%. Из Италии в Россию поставлялась промышленная продукция – 98,8%. В Италии закупается мебель, продукты, оборудование, обувь, шубы, продукция модных домов Милана и многое другое [1, 8].

Каковы же основные направления российско-итальянских внешнеэкономических отношений в настоящее время, и каковы их особенности и ключевые моменты?

Ведущим направлением двустороннего взаимодействия в экономической сфере традиционно можно назвать сферу энергетики (топливно-энергетический сектор).

В 2014 году «Газпром» поставил в Италию 21,6 млрд кубометров природного газа. При этом «Газпром» имеет право прямой продажи газа итальянским потребителям. Постепенно развивалось сотрудничество «Газпрома» с концерном Eni. В 2007 г. Eni и «Газпромом» был учрежден проект по строительству газопровода «Южный поток» для поставок российского газа в Европу через акваторию Черного моря (доля Eni в проекте составляла 20%). Однако 1 декабря 2014 г. президент России Владимир Путин заявил, что Россия отказывается от строительства «Южного потока» из-за неконструктивной позиции ЕС по газопроводу [9].

В 2012 г. Eni подписала соглашения с «Роснефтью» о стратегическом партнерстве в освоении месторождений в Баренцевом и Черном морях (месторождения Вал Шатского на черноморском шельфе и Федынский и Центрально-Баренцевский участки в Баренцевом море). В настоящее время и кризисный период 2014–2015 гг. Eni не отказывается от сотрудничества с Роснефтью, стараясь одновременно не нарушить существующего санкционного режима [9].

«Мы европейская компания, но мы также взяли на себя обязательства перед своими российскими партнерами», – заявил исполнительный вице-президент компании по Северной Европе и России Ф. Магнани. «Мы пытаемся продолжать работу с Роснефтью и при этом соблюдать санкционный режим», – сказал Ф. Магнани, выступая на IP Week в Лондоне [6].

Также в 2012 г. ОАО «Норильский никель» и итальянская Techint заключили контракт стоимостью более \$1 млрд об обновлении оборудования предприятий Норильска. Цель проекта – улучшение экологической ситуации в этом регионе.

В декабре 2013 г. «ЛУКОЙЛ» стал единоличным владельцем нефтеперерабатывающего комплекса ISAB (расположен в районе г. Приоло, Сицилия), завершив сделку по приобретению у компании ERG оставшихся 20% в совместном предприятии по управлению этим комплексом (соглашение о создании СП было подписано в 2008 г.).

В последние годы одним из приоритетных направлений двустороннего сотрудничества становятся высокие технологии и космическая индустрия. Дополнительный импульс сотрудничеству в этой сфере придало Соглашение о сотрудничестве в исследовании и использовании кос-

мического пространства в мирных целях от 28 ноября 2000 г., которое вступило в силу 24 августа 2004 г. [9].

Итальянская компания «Алениа Аэронаутика» и российское ОАО «Гражданские самолеты Сухого» стали стратегическими партнерами в реализации проекта по созданию российского регионального самолета «Суперджет-100». Также было создано СП «Суперджет Интернэшнл» по продаже и послепродажному обслуживанию самолетов. Причем по итогам 2014 г. именно программа Sukhoi SuperJet 100 внесла наибольший вклад в статистику работы российского авиапрома. Была продемонстрирована уверенная динамика: по предварительным итогам Журнала «Взлет» объем производства новых самолетов этого типа увеличился на 42% (34 машины против 24 годом раньше), а рост фактических поставок стал почти двукратным (27 против 14) [2].

В 2011 г. между холдингом «Вертолеты России» и компанией AgustaWestland был подписан договор о создании на паритетных началах СП «ХелиВерт» (HeliVert). СП управляет заводом по сборочному производству двухмоторного многоцелевого вертолета AW139 в подмосковном Томилино. Выпуск AW139 начался в 2012 г. В сентябре 2014 г. «Вертолеты России» и AgustaWestland объявили о начале работы в РФ сервисного центра по обслуживанию AW139.

Между Италией и Россией на стадии реализации находится несколько проектов в сфере автомобилестроения. В октябре 2011 г. ЗАО «ЦЕНТР-КАПИТАЛ» и лизинговая компания Rototech подписали договор об учреждении в г. Набережные Челны СП ООО «Рототек-Кама» по выпуску пластиковых комплектующих для ОАО «КАМАЗ» и других предприятий автомобилестроительной промышленности. Выпуск серийной продукции начат в 2012 г.

В январе 2013 г. «Ростех» и компания по производству автомобильных шин Pirelli на базе Кировского и Воронежского шинных заводов открыли высокотехнологичную линию по изготовлению автомобильных шин [9].

Перечисляя направления сотрудничества, не стоит забывать и о торговых отношениях и туристическом бизнесе между Россией и Италией.

Однако ситуация в целом во внешнеэкономических отношениях (особенно в торговле и в туристическом бизнесе) между Россией и Италией резко ухудшается в 2014 г. в связи с происходящими в этот период событиями: экономический кризис России, начавшийся в 2014 г.

Ухудшение экономической обстановки в России, вызванное резким спадом мировых цен на энергоресурсы, продажа которых составляет значительную часть в доходах бюджета России, а также введением экономических санкций в отношении России, контр-санкций со стороны РФ в связи с событиями в Крыму и на востоке Украины, начало оказывать негативный эффект на экономику некоторых стран ближнего и дальнего зарубежья (в их числе Италия), имеющих тесные экономические связи с Россией.

Ослабление торговых связей между Российской Федерацией и Италией из-за введения экономических санкций ЕС в отношении РФ привело к критическому положению итальянского государства, передает итальянское издание *Il Nord* [3].

В 2014 г. торговый оборот между РФ и Италией сократился до 48 млрд долл. США (на 10%) [3].

По итогам 2014 г., согласно данным Департамента по исследованиям и анализу Группы Интеза Санпаоло, заметное сокращение объемов итальянского экспорта в Россию наблюдалось в двух отраслях – текстильной, включающей продажу одежды и изделий из кожи (-16,4%), и технической, включающей оборудование и транспорт (-13,7%). Общий объем потерь от снижения экспорта в этих двух отраслях составил порядка 1 млрд евро [10].

Другой пострадавшей от санкций отраслью стала агроиндустрия, где общий объем экспорта итальянских продуктов сократился на 12,6%. По подсчетам итальянской ассоциации фермеров, страна потеряла более €1,25 млрд из-за российского эмбарго на поставки фруктов, овощей, сыра, мяса и рыбы [10].

Согласно данным Итальянского государственного агентства по интернационализации итальянских фирм и предприятий (ICE), в январе 2015 г. экспорт в Россию упал еще на 36,7% или почти на 250 млн евро [10].

«За короткий период мы разрушили многолетние труды итальянских предпринимателей», – заявляет Председатель Совета директоров Банка Интеза Антонио Фаллико. Он подчеркивает, что в ряде производственных отраслей Италия не в силах обойтись без рынка России, так же, как и для РФ страна выступает в качестве стратегически важного партнера [3].

Вследствие отрицательного воздействия санкций, в 2014 г. не было ни заседаний русско-итальянских межправительственных государственных комиссий, ни встреч «два плюс два» на уровне министров иностранных дел и министров обороны.

Доменико Ди Сальво, директор московского отделения Национального итальянского агентства по туризму, рассказал о ситуации в туристическом бизнесе. По его словам, русские туристы среди всех европейских стран по-прежнему предпочитают Италию, в 2014 г. посещение русскими туристами Италии выросло на 4,5%. Однако на 2015 г. прогнозы негативные. На это повлияли не только санкции, но и банкротство некоторых крупных российских туроператоров. Уже на майские праздники 2015 г. бронирование отелей снизилось на 50%. Однако отмечен рост на 50% индивидуальных туристов, которые самостоятельно запрашивают визу и планируют свое путешествие [4].

Подводя итог, можно утверждать о тесном взаимодействии двух стран Италии и России практически на всех направлениях: торговля товарами, инвестиционное сотрудничество, высокие технологии и космическая индустрия, энергетика, межрегиональные связи.

Разнообразие сфер сотрудничества России с этой страной-партнером и значительные внешнеэкономические показатели, характеризующие это сотрудничество, предполагают необходимость поддержания и дальнейшего развития отношений России и Италии. А относительное ухудшение ситуации в данном сотрудничестве заставляет задуматься о поиске решений, принятие которых смогло бы стабилизировать внешнеторговые отношения этих стран и в дальнейшем их увеличивать.

И такие решения уже начинают вырисовываться. Так, например, на семинаре «Российско-итальянские экономические отношения и сотрудничество в промышленной области: возможности, несмотря на кризис», организованном в феврале 2015 г. Генеральным консульством Российской Федерации в Милане и Ассоциацией «Познаем Евразию» было замечено, что Италия намеревается направить 400 млрд евро в перспективные российские проекты с использованием своих уникальных технических разработок. Кто знает, возможно, таких проектов будет значительное число, и все они будут реализованы. Что очень желательно, ведь Италия действительно является важным партнером для России с точки зрения внешнеэкономических связей [10].

Библиографический список

1. Деловые коммерческие связи между Россией и Италией. Сферы бизнеса // URL: <http://italiaexpert.ru/biznes/4-grossiya-italiya> (Дата обращения: 10.04.2015).
2. Журнал "Взлет": 2014-й, предварительные итоги. 2014. // URL: <http://superjet.wikidot.com/news:1258> (Дата обращения: 10.04.2015).
3. Журналистская правда. II Nord: антироссийские санкции тянут экономику Италии ко дну. 2015 // URL: <http://jrgazeta.ru/il-nord-antirossiyskie-sanktsii-tyanut-ekonomiku-italii-ko-dnu/> (Дата обращения: 15.04.2015).
4. Информационное агентство Regnum. В Неаполе прошел семинар «Экономические и торговые отношения между Россией и Италией: инновационные технологии, мода и туризм». 2015. URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1911090.html> (Дата обращения: 10.04.2015).
5. Торгово-промышленные ведомости. Россия – Италия: отношения неподвластные конъюнктуре. URL: <http://www.tpp-inform.ru/regions/5343.html> (Дата обращения: 14.04.2015).
6. Новости компании НИПИСтройТЭК. ENI продолжает сотрудничество с Роснефтью невзирая на санкции. 2015. // URL: <http://neftegaz.ru/news/view/134754> (Дата обращения: 14.04.2015).
7. Портал внешнеэкономической информации. Развитие торгово-экономических связей между Италией и субъектами Российской Федерации в 2010–2011 гг. 2015 // URL: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/it/it_ru_relations/it_ru_trade/it_ru_trade_subjects/ (Дата обращения: 17.04.2015).
8. Русновости. Статья «Торговый оборот между Россией и Италией в 2013 году». 2013 // URL: <http://rusnovosti.ru/posts/321212> (Дата обращения: 10.04.2015).
9. ТАСС Информационное агентство России. Российско-итальянские экономические отношения. Досье. 2014. // URL: <http://tass.ru/info/1808234> (Дата обращения: 10.04.2015)

10. Финансовые новости. В 2014 году товарооборот между Италией и Россией сократился на 5,3 млрд евро. 2014 // URL: <http://bankir.ru/novosti/s/v-2014-godu-tovarooborot-mezhdu-italiei-i-rossiei-sokratilsya-na-5-3-mlrd-evro-10099153/#ixzz3f8LvnZ1k> (Дата обращения: 10.04.2015)

УДК 331.97

В. А. Ауман

студент кафедры менеджмента

М. Л. Кричевский

д-р техн. наук, проф. – научный руководитель

ОТБОР СПОСОБА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ

Мотивация – это эликсир, после употребления которого у героя повышается уровень силы и стремления к новым свершениям. Чем выше уровень силы, тем сильнее пробивная или защитная мощь. Применительно к работе мотивация – это побуждение к действию, которое приводит к повышению силы: дает больше уверенности и энергии в решении задач. Руководитель, следящий за тем, чтобы у сотрудника был достаточный запас эликсира, рано или поздно столкнется с падением стремления к новым свершениям [1]. В целях подведения итогов адаптационного периода сотрудника и выработки обоснованных рекомендаций по мотивированию сотрудника в организации менеджером по персоналу (МПП) проводится тестирование. Тестирование включает в себя три теста, и по итогам принимается решение относительно мотивирующих/демотивирующих факторов для сотрудника.

Целью данной работы является демонстрация возможностей методов мягких вычислений (МВ) при решении задач менеджмента. Технологии, используемые в МВ, помогают довести решение задачи до количественного результата, что является важным достижением в менеджменте.

В работе решение задачи проводится с помощью нечеткой логики (НЛ). Главная идея НЛ состоит в том, что интеллектуальный способ рассуждений, опирающийся на естественный язык общения человека, не может быть описан в рамках традиционных математических формул. Формальному подходу присуща строгая однозначность интерпретации, а все, что связано с применением естественного языка, имеет многозначную интерпретацию. Прилагательное «*fuzzy*», которое переводится на русский язык как «размытый», «ворсистый», «нечеткий», введено в название этой теории, чтобы разграничить ее с традиционной четкой математикой и аристотелевой логикой, оперирующими с четкими понятиями: «истина – ложь», «включено – не включено». Основатель современной концепции нечеткой логики профессор Л. Заде построил новую математическую дисциплину, в основе которой лежит не классическая теория множеств, а теория нечетких множеств. Последовательно проводя идею нечеткости, можно описать нечеткие аналоги всех основных математических понятий и создать аппарат НЛ для моделирования человеческих рассуждений и способов решения задач [2].

Адаптационный период сотрудника и его обучение в организации в среднем длится около трех месяцев. После прохождения периода адаптации МПП проводит тестирование с целью определения мотивирующих/демотивирующих факторов в работе для сотрудника.

Входными переменными при постановке задачи являются результаты трех тестов, которые оцениваются по 10-балльной шкале: 0–3 – низкий мотивирующий фактор, 4–7 – средний мотивирующий фактор, 8–10 – высокий мотивирующий фактор.

Тест № 1 определяет отношение сотрудника к мотивирующим факторам бонусной программы (переменная test 1); тест № 2 определяет отношение сотрудника к мотивирующим факторам нематериальной программы (переменная test 2); тест № 3 определяет отношение сотрудника к мотивирующим факторам материальной программы (переменная test 3).

В НЛ выходная переменная – непрерывная величина, диапазон изменения которой от 0 до 30 баллов. Выберем 5 поддиапазонов выходной переменной (result), которым соответствуют следующие варианты мотивирующих факторов:

- фактор бонусной программы: 0–8 баллов;
- фактор бонусной и нематериальной программы (альтернатива 1): 9–11 баллов;
- фактор нематериальной программы: 12–18 баллов;
- фактор нематериальной и материальной программы (альтернатива 2): 19–21 баллов;
- фактор материальной программы: 22–30 баллов.

Создадим в модуле *Fuzzy logic* систему нечеткого вывода с тремя входами и одним выходом, функции принадлежности для входных и выходной переменных в соответствии с выбранными градациями и диапазонами.

Далее сформируем базу правил, с помощью которой устанавливается взаимосвязь между входами и выходом. В данном случае для решения нашей задачи необходимо создать 27 правил (определяется произведением числа градаций входных переменных).

На рис. 1 приведены результаты моделирования созданной системы. Количество строк равно числу правил, а число столбцов – числу входных и выходной переменных. При разных входных параметрах результатом решения являются отличающиеся значения пригодности, что подтверждает работоспособность системы.

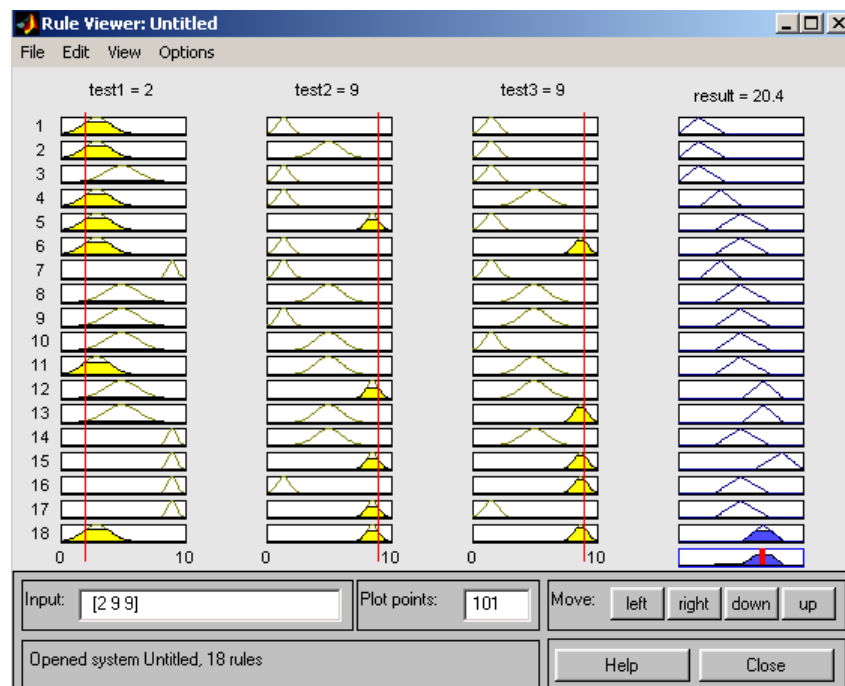


Рис. 1. Окно просмотра правил

Библиографический список

1. Управление персоналом организации. Отбор и оценка при найме, аттестация / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: Экзамен, 2004.
2. Кричевский М. Л. Интеллектуальные методы в менеджменте. СПб.: Питер, 2005.

Б. Б. Бергенбеков

студент кафедры международных экономических отношений

Ю. Г. Харитонова

научный руководитель

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИТ

Как ни странно, но проблемами текущего состояния и развития отечественного ИТ рынка в нашей стране начали интересоваться сравнительно недавно. Связано это с тем, что основными поставщиками ИТ продуктов были иностранные компании, полноценной работе которых ничто не мешало, как с точки зрения политической, так и экономической. Но реалии таковы, что в настоящее время деятельность ИТ компаний сталкивается с не всегда объективными проблемами политического и экономического характера, которые прямо или косвенно осложняют выход и продуктивную работу как российских компаний за рубежом, так и иностранных на территории России.

Для начала важно разобраться, что же понимается под ИТ рынком, каковы основные его компоненты, и как они взаимодействуют между собой.

Говоря о рынке, нужно иметь в виду, что он состоит из двух частей: поставщики и потребители, учитывая то, что основная часть ИТ специалистов работает именно на стороне заказчиков. Опираясь на это разделение, рассмотрим проблемы обеих частей.

То, что проблемы рынка проявляются, прежде всего, на потребительской его части, – в целом понятно: это касается стоимости продуктов и услуг, а также вероятного снижения их доступности.

В отношении поставщиков ситуация не столь очевидна. Дело в том, что поставщики представлены двумя группами: иностранные и местные. И с этого момента возникает вполне разумный вопрос: есть ли данные о соотношении долей иностранных ИТ услуг и отечественных? Есть данные по объему в целом, есть по трем основным его категориям (аппаратура, софт, услуги), но по «национальному аспекту» они отсутствуют. Это довольно странно на фоне многолетних разговоров об ИТ независимости и о поддержке отечественных производителей, поскольку как можно обсуждать всерьез вещи, которые мы просто не можем оценить. Например, не ответив на вопрос, какова доля на рынке именно российской добавленной стоимости, и на какие показатели мы хотим выйти, скажем, через десять лет [1].

Разумеется, из-за отсутствия приличной аналитики, трудно вести оценку количественных показателей рынка, но даже по самым скромным приближениям, импортная часть всего ИТ рынка России составляет примерно 70%. Понятно, что при воздействии экономических санкций, доля российского ИТ производства может повышаться, причем даже в абсолютных величинах. Но в сумме объемы продаж, скорее всего, сократятся при одновременном росте цен.

Стоит отметить, что экспортно-ориентированная часть российского ИТ рынка представлена, в основном, разработкой софта – программного обеспечения. В России сосредоточены достаточно серьезные мощности, позволяющие, по части разработки и внедрения ПО, успешно конкурировать с мировыми лидерами, такими как США, Япония, Германия. К сожалению, то же самое нельзя сказать о т.н. «железе» – ИТ оборудовании. Этот сегмент ИТ индустрии России развит плохо, и на мировой арене разработкой и внедрением оборудования, в основном, успешно занимаются вышеупомянутые страны.

На протяжении последних лет различные отчеты «Руссофта» – некоммерческого партнерства производителей программного обеспечения России, Украины и Республики Беларусь – за-

являют о том, что отечественный ИТ рынок показывает прекрасные темпы роста и стабильную динамику развития. На основе этого складывается впечатление о том, что отрасль в порядке, постепенно развивается. Отчасти это так – самые сильные и талантливые разработчики ПО и специалисты в области ИТ технологий – граждане России. Но при более детальном рассмотрении структуры этого сегмента выясняется, что, собственно, мало чего российского там есть. Выясняется, в частности, что большинство компаний (особенно крупных) находятся вне российской юрисдикции (проще говоря, официально зарегистрированы не в нашей стране), и основная связь с Россией реализована в виде имеющихся здесь центров разработки. А если принимать во внимание охлаждение отношений с западными рынками, то можно ожидать, что «российская» часть этой отрасли будет сокращаться, а выражаться это будет в снижении числа рабочих мест в нашей стране, следствием чего может стать возобновление интенсивной «утечки мозгов» [2].

И, завершая мысль, следует уточнить роль России на этом поле – пока, к сожалению, мы больше потребители. Доля в качестве поставщика крайне мала.

Перейдем к другому вопросу: каково современное состояние российского рынка ИТ услуг?

Прошедший 2014 г. был ознаменован словом «санкции». Поэтому начнем именно с них, ибо, в какой-то степени они наносят удар и по ИТ рынку. В частности, мировые лидеры США в сфере разработки ПО (к примеру Microsoft, Oracle, HP и Symantec) отказываются обслуживать российские компании, попавшие в санкционный список [2, 4].

2014 санкционный год разделил российский ИТ-рынок на два лагеря: иностранные поставщики замерли в ожидании, а разработчики отечественного ПО, напротив, находятся в состоянии радостного оживления.

С российской долей рынка все вполне понятно: во-первых, импортозамещение перестало быть простой фразой, а начало принимать реальные очертания. Правда, выражается это только в повышенном интересе крупных заказчиков к разработкам российских ИТ-компаний, но ведь раньше и этого не было. Во-вторых, начала воплощаться многолетняя и до недавнего времени недостижимая мечта российских разработчиков о получении преференций при госзаказе.

С иностранной составляющей все немного интереснее. Известные и всеми обсуждаемые скачки валютных курсов привели к тому, что производители программных решений приостановили поставки своих продуктов, не имея понятия, по какой, собственно, цене их продавать. Соответственно, российские компании не имеют представления, сколько им запрашивать с клиентов.

Всем очевидно, что такая ситуация продлится до момента «утряски» курса рубля, что вернет ситуацию в прежнее русло. Сколько это займет времени? Трудно сказать. Стоит отметить, что президент России В. В. Путин на ежегодном марафоне вопросов обозначил, что такое положение, по его мнению, продлится около 3 лет. Но работать надо уже сейчас [2, 3].

Для наглядности стоит привести пример мысли Георгия Генса – президента ГК «Ланит», второго по величине игрока на российском рынке ИТ. В большом интервью газете «Ведомости» он отмечает, что 2015 г. начался довольно сложно. «Продажи в январе – феврале упали более чем вдвое, если считать в долларах, – такого не было практически никогда. Декабрь же прошлого года у всех был замечательный. Рублевые бюджеты заказчиков сокращаются на 5–20% – значит, примерно на столько упадет ИТ-рынок. В среднем на 10–15%» [3].

Однако справедливо отметить, что не все так печально, как может показаться. Есть отдельные направления ИТ рынка России, которые даже в такие неоднозначные времена показывают неплохие показатели роста и прибыли. По оценке некоторых игроков, сегмент облачных сервисов в России в 2015 г. вырастет до 40,7 млрд руб. Чуть менее половины рынка, 18,8 млрд руб., будет приходиться на услуги хостинга и различных облачных сервисов. Еще 13,7 млрд руб. – на сегмент услуг, собственно, по созданию облаков. Среднегодовой рост этого рынка в 2012–2018 гг. оценивается в 48%.

Остановимся на цифрах. По оценке «РИА Рейтинг», лидерами российского ИТ рынка по итогам 2014 г. стали компании НКК (Национальная Компьютерная Корпорация) с выручкой в 139,3 млрд руб., «ЛАНИТ» с 77,1 млрд руб. и ГК «Техносерв» с 40,2 млрд руб. [5].

Совокупный объем доходов 60 крупнейших компаний отрасли по итогам 2014 г. достиг 685,6 млрд руб., увеличившись по сравнению с 2013 г. менее чем на 3%, что значительно меньше темпов роста, наблюдавшихся годом ранее (более 27%). Наибольший прирост доходов из ТОП-60 продемонстрировали «Парма-Телеком», COMPAREX и ИТtransITION. Всего рост наблюдался у 45 компаний из 60 представленных в рейтинге [6].

Очевидно слабая динамика отрасли оказалась ожидаемой и является результатом не самого благоприятного макроэкономического фона. В целом, отрасль информационных технологий в России очень тесно связана с темпами общеэкономического роста и чувствительна к инвестиционным ожиданиям основных клиентов [2].

Уровень концентрации в отрасли в 2014 г. достаточно неожиданно снизился после роста. На долю 10 крупнейших компаний из 60 в рейтинге «РИА Рейтинг» приходится 67% доходов (69% годом ранее) или 458,6 млрд руб. [5].

Неоднородные темпы экономического развития российских регионов являются причиной значительного разброса в объеме и зрелости региональных ИТ-рынков. Крупнейшим региональным ИТ-рынком в России является Москва. Причина этого – расположение в Москве штаб-квартир и офисов федеральных органов власти и крупных компаний. В результате многие ИТ-проекты, которые реализуются в регионах страны законтрактованы в Москве – этот город, как полагают, поглощает до 25% затрат на ИТ в России. Однако по итогам 2014 г. в число 60 крупнейших попали 19 региональных компаний. Крупнейшими из них стали «АНТ-Информ» из Санкт-Петербурга (17-е место), ICL – КПО ВС из Казани (23-е место) и «СКБ Контур» из Екатеринбурга (28-е место). Как и годом ранее, географически рынок ИТ услуг по-прежнему остается за московскими компаниями, на их долю стабильно приходится 96% доходов участников рейтинга.

Как и в любом производстве, ИТ компании заинтересованы в оптимизации своих расходов. Один из наиболее популярных вариантов заключается в том, что отечественные ИТ компании выделяют определенные группы своих продуктов, а то и целые подразделения, в виде стартапов, которые могут претендовать на получение различных грантов со стороны российских институтов развития – Фонда развития интернет-инициатив, Фонда Бортника, Сколково.

В случае успешной реализации вышеуказанной стратегии, стабилизации национальной валюты и внешнеэкономического фона, цен на энергоносители, и разумной, именно разумной, стратегии импортозамещения, можно ожидать от российского рынка ИТ если не бурного роста, то хотя бы возвращения к показателям прошлых, по-своему успешных, лет.

Библиографический список

1. Итоги 2014: раз, два, три – ИТ-рынок замри \ Интерфакс \ <http://www.interfax.ru/business/416003>
2. О перспективах российского ИТ-рынка в современных условиях \ PCweek <http://www.pcweek.ru/business/article/detail.php?ID=162551>
3. «Воруют в России намного меньше, чем выбрасывают на ветер» \ Ведомости \ <http://www.vedomosti.ru/newspaper/characters/2015/03/09/na-primere-irana-yasno-cto-sanktsii-mogut-stat-zatyazhnoi-problemoi>
4. Мировые лидеры США в сфере разработки ПО откажутся обслуживать российские компании, попавшие в санкционный список \ ITERANET \ <http://ITERanet.ru/ИТ-novosti/2014/04/30/mirovye-lidery-ssha-v-sfere-razrabotki-potkazhutsya-obluzhivat-rossijskie-kompanii-popavshie-v-sankcionnyj-spisok/>
5. Крупнейшие ИТ компании России \ РИАрейтинг <http://www.riarating.ru/infografika/20150602/610657244.html>

УДК 659.1.011.14

А. В. Васильева

студент факультета среднего профессионального образования

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

В настоящее время экологическая социальная реклама получила большое развитие в России. Она играет важную роль в защите окружающей среды и природы. Стоит отметить, что нередко такие социальные рекламные материалы бывают жестокими, даже шокирующими для целевой аудитории.

Маркетинговые исследования по оценке эффективности социальной рекламы проводятся, как правило, на трех этапах: до ее выхода на рынок, в середине и непосредственно после окончания рекламной кампании. На первоначальном этапе даются предварительные оценки качеству рекламных сообщений и их способности выполнить поставленные задачи. На втором этапе, когда рекламное сообщение уже выпущено на рынок и прошло определенное время, достаточное для ознакомления с рекламой целевой аудитории, проводятся так называемые «трековые» исследования. Они используются для отслеживания динамики изменений в отношении общества к социальной проблеме. На третьем этапе проводится так называемое посттестирование, которое способствует оптимизации затрат, позволяет скорректировать рекламные сообщения, спрогнозировать будущие рекламные акции.

При всем многообразии экологических проблем, наиболее существенной и серьезной является проблема уничтожения лесов. Последствия их вырубки очевидны: уничтожается естественная среда обитания животных, уменьшается количество кислорода в атмосфере Земли, происходит коррозия земной поверхности, изменяется круговорот воды в природе. У такой социальной рекламы много функций:

- информационная функция заключается в оповещении целевой аудитории о наличии определенной социальной проблемы и привлечения к ней внимания;
- экономическая функция нужна для формирования такой точки зрения, которая помогла бы частичному или полному устранению социальной проблемы;
- просветительская функция заключается в распространении определенных социальных ценностей, привитие их в обществе;
- социальная функция нужна для формирования общественного сознания, изменения поведения как общества в целом, так и отдельных его граждан [1].

Наиболее эффективными носителями при реализации экологической социальной рекламы являются: печатные плакаты, биллборды, листовки, эмблемы на товарах массового потребления, граффити, комиксы, фотографии. Рассмотрим их более подробно.

Печатный плакат – это эффективный рекламный материал, который необходимо использовать для рекламы продвигаемого товара или услуги, а также при ознакомлении с ними в местах продажи. При помощи рекламного плаката можно познакомить целевую аудиторию с предстоящими рекламными мероприятием, например, концертом, шоу, выставкой. Печатные плакаты изготавливаются очень оперативно и не требуют больших усилий.

Биллборды являются одним из наиболее распространенных видов наружной рекламы. Они бывают с подсветкой и без, выполняются из самых различных материалов и могут быть расположены на зданиях, эстакадах и т. д.

Эмблема, в противоположность символу, – не абстрактный знак, а вполне конкретное изображение фигур и конкретных объектов, тематический диапазон которых чрезвычайно широк.

Граффити – изображения, рисунки или надписи, нанесенные на стену краской или же выцарапанные на ней каким-либо предметом. Самым популярным видом граффити, является спрей-арт (рисование с помощью аэрозольной краски).

Комикс – рисованные истории, рассказы в картинках. Комикс сочетает черты таких видов искусства, как литература и изобразительное искусство.

Фотография – это фотоизображения на определенную тематику, которые продаются на общедоступных торговых площадках и могут быть использованы в качестве иллюстрации или рекламы. Фотографии могут быть разрешены к использованию (лицензированы) для различных целей.

Наиболее интересные примеры рекламных кампаний по экологической социальной рекламе:

1. Рекламное агентство JWT Curitiba разместило на улице якобы упавший биллборд. Надпись на нем гласила: «Если бы это было дерево, вы бы даже не заметили его»;

2. Рекламное агентство Y&R Singapur за основу концепции рекламной акции приняло сравнение бревен, которые погружены в автомобиль и отрезанных ног слонов. Рекламная идея подчеркивала, что в результате уничтожения лесов животные лишаются своего ареала обитания и погибают;

3. Международная экологическая организация Greenpeace запустила рекламу против распространения полей для гольфа, ради которых уже вырублено 200 тыс. деревьев. На рекламном плакате изображен человек в позе гольфиста, но не с клюшкой, а с топором в руке [2].

Исходя из вышеописанного материала, можно сказать, что цель экологической социальной рекламы – изменить отношение общественности к этой социальной проблеме, а в долгосрочной перспективе – выработать новые социальные ценности. В настоящее время у экологической социальной рекламы в нашей стране есть огромный потенциал развития. Ведь, социальная реклама является мощным инструментом формирования общественного мнения.

Библиографический список

1. http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635a2ac78b4c53a89521316c36_0.html
2. http://moikompass.ru/compas/social_reklama

УДК 339.7

К. М. Ватруба

студент кафедры международных экономических отношений

Б. М. Лебедев

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ В БРАЗИЛЬСКИХ ФАВЕЛАХ

Фавелы, наряду со статуей Христа Искупителя, являются одной из самых главных достопримечательностей Бразилии. Чаще всего именно они являются первой ассоциацией при упоминании страны.

Фавелы, представляющие собой криминальные несанкционированные трущобы на окраинах больших городов, возникли с конца XIX в., после отмены рабства, и заселялись отставными солдатами и бывшими рабами, не имеющими работы.

Фавелы существуют практически в каждом крупном городе Бразилии. Они не подчиняются законам, существуют по собственным правилам и обычаям, установленным наркокартелями, фактическими хозяевами фавел.

Фавелы огромны. Например, фавела «Росинья» насчитывает от 170 до 200 тыс. чел. Точное количество живущих в фавелах неизвестно, Бразильский институт изучения фавел (Instituto Data Favela), называет цифру 11,7 млн чел., фактически, это население 5 штатов Бразилии. Из них 16% находятся в Сан-Паулу, 17% в Рио-де-Жанейро. Фавела в бывшей столице Бразилии – Сальвадоре занимает треть территории города.

С начала XX в. власти пытаются бороться с этим рассадником антисанитарии, ужасающей нищеты и криминала. До 20-х гг. власти применяли силовое воздействие, вплоть до сожжения фавел, но они возникали вновь, в еще больших масштабах.

В 1927 г. французский архитектор А. Agache предложил концепцию развития фавел, предусматривающую урбанизацию поселений с обеспечением инфраструктурой. С 30-х гг. началось расселение фавел в новые дома. В период с 1968 по 1975 гг. 176 тыс. жителей фавел были переселены в 35 тыс. новых квартир.

В 1993 г. был принят проект Favela-Bairro, комплексный проект урбанизации фавел, предусматривающий снос фанерно-глиняных построек и замену на кирпичные дома.

Преобразование фавел стало приоритетной задачей правительства, когда были приняты решения о проведении в Бразилии Чемпионата мира по футболу в 2014 г. и Олимпийских игр в 2016 г.

В бывшем промышленном районе Рио-де-Жанейро, в 5 минутах от метро, был построен целый городок из 112-ти 4-х этажных домов с детскими садами, поликлиникой, торговым центром и спортивными сооружениями. Но, неожиданно, власти встретились с нежеланием жителей фавел переселяться в эти постройки. Из плановых 10 тыс. семей переехали только 2200 [2].

Попытки силой выселить жителей фавел из захваченных ими районов встретили яростное вооруженное сопротивление, сопровождавшееся жертвами.

Было принято решение об экономическом и социальном оздоровлении фавел с помощью микрофинансирования, доказавшего свою эффективность в борьбе с бедностью в Северо-Восточном регионе Бразилии и уже, частично, действующего в фавелах.

Микрофинансирование – предоставление субъектам малого предпринимательства и физическим лицам, имеющим ограниченный доступ к традиционным банковским услугам, льготных микрокредитов с целевым назначением на развитие частного предпринимательства, а, следовательно, на обеспечение занятости и повышение уровня жизни населения.

В 2012 г. IFC (International Finance Corporation) было организовано собрание ключевых игроков микрофинансового сектора Бразилии для обсуждения возможностей развития микрофинансирования в фавелах [4].

Проведение этого мероприятия было совместной инициативой IFC и Принцессы Нидерландов Максимы, которая в это время была Специальным Адвокатом при Генеральном секретаре ООН по вопросам распределения финансов [5].

Было объявлено, что IFC инвестирует в Бразильский сектор микрофинансирования 121 млн реалов для расширения его возможностей по предоставлению населению фавел широкого спектра высококачественных финансовых услуг и обеспечению доступа к финансированию формальных и неформальных малых предпринимателей.

В фавелах, полностью контролируемых наркомафией, не было офисов банковских организаций по причине отсутствия достаточно защищенных помещений и опасности грабежей. Банковские услуги отдельные легальные обитатели фавел получали в других районах города.

В 1996 г., с созданием программы микрофинансирования VivaCred, которую приняло общество VivaRio, своей миссией считающее борьбу с насилием через просветительство, в фавелы пришли кредитные агенты, на месте оценивающие перспективы возвратности микрокредитов. Их примеру последовали другие микрофинансовые организации, но только в 2009 г. в фавелах появился первый стационарный банковский офис.

Жители фавел с энтузиазмом восприняли предоставленные финансовые и социальные возможности, и в течение нескольких лет многие фавелы преобразились. Появились более-менее приличные жилища, бары, салоны, магазины и другие предприятия малого бизнеса. Криминальный уровень ненамного стал превышать средний для данного региона. Это способство-

вало привлечению в фавелы туристов, что повлекло улучшение экономического положения жителей фавел [1].

К сожалению, коренные преобразования произошли, в основном, в фавелах городов, где происходили матчи Чемпионата мира, остальные, особенно фавелы небольших городов, по-прежнему остаются ужасающими трущобами.

Социально-экономические преобразования в фавелах не только дали положительный эффект, но и выявили парадоксальную ситуацию, сложившуюся в Бразилии.

В фавелах живет 11,7 млн чел., и считается, что это беднейшая часть населения. Но в Бразилии, по данным Relatório de Desenvolvimento Humano (RDH)-2014, насчитывается 3,1% (6,083 из 202,6 млн чел.) населения, имеющих доход ниже прожиточного минимума, 0,5% (1,05 млн чел.) живущих в крайней нищете, с доходом ниже 70 реалов (1400 руб.) в месяц, то есть нищих всего 7,133 млн чел. [7].

Instituto Data Favela провел исследования и выявил следующую характеристику фавел:

– 29% жителей фавел Сан-Паулу и 52% жителей фавел Рио-де-Жанейро – иностранцы, живущие нелегально;

– средний возраст – 36 лет (в Бразилии средний возраст – 29 лет);

– 51% – женщины;

– 81% – не хотят уезжать из фавел;

– 62% – гордятся принадлежностью к сообществу фавел;

– 80% – заявляют, что жизнь в фавелах улучшается и их вполне устраивает.

Может быть, это возрождение субкультуры хиппи 60–70-х гг. XX в.? Такая же свобода нравов, наркотики, игнорирование общепринятой морали и государственных институтов. Такой же незаконный захват помещений (сквоттерство), территорий, создание коммун, где все регламентировалось собственными, а не государственными законами. Но отличительной чертой хиппи было игнорирование материальных ценностей, свобода от бытовых условий и трудовых обязанностей.

Сумма же доходов обитателей фавел составляет 63 млрд реалов, ВВП Боливии и Парагвая вместе взятых.

65% населения фавел – средний класс, 3% – элита, только 32% – бедняки, в основном, дети, работающие в наркокартелях посыльными или дозорными за 300 реалов в неделю. Более 67% имеют самые современные телевизоры и технику, 29% пользуются кабельным телевидением (в фавелах есть собственные телевизионные студии и каналы), 90% – сотовые телефоны и другие атрибуты современной цивилизации, 24% имеют собственные автомобили, 14% – мотоциклы [6].

Большинство обитателей фавел отнюдь не бедняки. Их устраивают льготы и преференции правительства, отсутствие полицейского надзора и свобода нравов. Законы, установленные местной властью, наркомафией – жесткие, но не обремененные бюрократией.

Популярность фавел, как туристической достопримечательности, препятствует коренным преобразованиям фавел в благопристойные городские районы. Ведь необходимо сохранить колорит, который привлекает туристов и обеспечивает за счет них благосостояние жителей фавел [3].

В Рио-де-Жанейро существует Ассоциация жителей фавел, возглавляемая Президентом. Правление ассоциации переизбирается каждые два года. Они на общественных началах занимаются вопросами экономики, культуры, спорта и т. д., активно сотрудничая с местной администрацией и местными криминальными «авторитетами».

Влияние последних огромно. Например, в фавеле «Росинья» заправляет криминальная группировка Красная команда (Comando Vermelho). Она контролирует наркотрафик и обладает колоссальными финансовыми ресурсами. Именно она обеспечивает работой большинство жителей «Росиньи», а, следовательно, поддерживается населением.

Фавелы Рио-де-Жанейро находятся рядом с богатыми районами, и большинство их обитателей заняты в сфере обслуживания этих районов. Но сейчас многие работают прямо на терри-

тории фавел, имея собственный бизнес или обслуживая местное население. В фавелах появилось много офисов банков и микрофинансовых организаций, обеспечивающих местное население микрокредитами и социальными пособиями по программам «Minha Casa, Minha Vida», «Bolsa Família» и «Zero Fome» и другим.

Проведенные в 2008–2010 гг. правительственные акции пасификации фавел – возвращение этих территорий под действие законов путем оккупации фавел силами армии и полиции, дали положительные результаты по снижению криминализации фавел, но даже в Рио-де-Жанейро удалось навести порядок только в 33-х фавелах, а в Бразилии насчитывается, по официальным данным Бразильского Института Географии и Статистики (IBGE), около 763 фавел. Так что во многих фавелах до сих пор существует параллельная власть.

Конечно, в знаменитых фавелах крупнейших городов вполне безопасно, и туристы могут без проблем прочувствовать атмосферу классической фавелы. Что касается менее известных фавел в городах, не являющихся туристическими центрами, то там социально-экономическая атмосфера не так благополучна. Большинство нищих обитателей фавел, составляющие 32%, находятся именно в этих фавелах, и до их преобразования еще далеко.

Тем не менее, положительный опыт использования в фавелах микрофинансирования, как инструмента борьбы с безработицей, бедностью и социальным неравенством, дает надежду многим их обитателям на лучшую жизнь.

Библиографический список

1. ВГТРК: Безработица в Бразилии снизилась до минимума, URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/38722>.
2. IPEA: Histórico das favelas na cidade do Rio de Janeiro, URL: http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=1111:catid=28&Itemid=23.
3. Brasil Post: A nova favela brasileira, URL: http://www.brasilpost.com.br/renato-meirelles/a-nova-favela-brasileira_b_4914148.html.
4. Agência Sebrae de Notícias: Sebrae estimula crescimento do empreendedorismo nas favelas, URL: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/Sebrae-estimula-o-crescimento-do-empreendedorismo-em-favelas-brasileiras>.
5. Het Koninklijk Huis: Speech by Princess Máxima about investments in expanding the access to Financial Services for the low-income communities of Rio de Janeiro, URL: <http://www.koninklijkhuis.nl/globale-paginas/taalrubrieken/english/speeches/speeches-archive/2012/mei/speech-by-princess-maxima-about-investments-in-expanding-the-access-to-financial-services-for-the-low-income-communities-of-rio-de-janeiro/>.
6. Economia: População que vive na favela consome R\$ 68,6 bilhões por ano, segundo pesquisa inédita do Data Popular; meta da equipe econômica é ter superávit primário de R\$ 66 bilhões em 2015, URL: <http://economia.ig.com.br/2015-03-02/morador-de-favela-no-brasil-consome-por-ano-o-que-governo-planeja-economizar.html>.
7. Economia: 84% dos moradores de favelas dizem sofrer preconceito, aponta pesquisa, URL: <http://economia.ig.com.br/2015-03-04/84-dos-moradores-de-favelas-dizem-sofrer-preconceito-aponta-pesquisa.html>.

УДК 336.225.6

Д. А. Воробьева

студент кафедры экономической безопасности

О. А. Бизина

научный руководитель

НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС РФ

Каждый год Налоговый Кодекс (НК) РФ подвергается изменениям. Изменения затронули НК РФ и в 2015 г., а если быть точным в НК РФ начала действовать новая 32 глава, объединившая в себе ст.ст. 399–409, касающиеся налогов на имущество физических лиц. Налог на имущество физических лиц – это региональный налог, введенный правовыми актами муниципальных органов. В Москве и Санкт-Петербурге такой налог вводится законами городов.

Плательщики налога – физические лица, собственники имущества, признаваемого объектом налогообложения.

Рассмотрим, что изменилось.

Во-первых, физическим лицам, владеющим движимым и (или) недвижимым имуществом, нужно самим сообщать о том, каким имуществом оно владеет.

То есть, если гражданин не получил счет на оплату налога на имущество и не оплатил его в срок, ответственность теперь будет лежать на нем, так как он сам должен сообщать об облагаемых налогом объектах. Уплачивать налог на имущество надо в ИФНС по месту жительства. А при его неуплате предусмотрена административная ответственность физ. лица в виде штрафа (заработает такой порядок в полной мере с 2017 г.).

Во-вторых, изменились правила расчета. В 2015 г. налог на имущество рассчитывается на основе кадастровой, а не инвентаризационной стоимости имущества. Кадастровая стоимость максимально приближена к рыночной, что автоматически привело к росту налоговой нагрузки.

Пределы ставок по НКРФ не должны превышать:

– 0,1% в отношении: жилых домов и помещений; объектов незавершенного строительства жилых домов; единых комплексов, в состав машиномест расположены на земельных участках, предоставленных для ведения личного подсобного, дачного хозяйства, огородничества, садоводства или индивидуального жилищного строительства. Эти ставки на местном уровне могут быть снижены до нуля или увеличены не более чем в 3 раза;

– 2% в отношении объектов налогообложения, кадастровая стоимость каждого из которых превышает 300 млн руб.;

– 0,5% в прочих случаях.

Необлагаемая часть:

– 20 кв. м по квартире;

– 10 кв. м по комнате;

– 50 кв. м по жилому дому.

Для примера мы можем посчитать, налог на квартиру в Сочи площадью 40 кв. м. по новому закону. Пусть по инвентаризационной стоимости сумма налога составляет 250 руб. На сколько он вырастет? Для начала определим кадастровую стоимость квартиры. Предположим, она составляет 4 млн руб. Воспользовавшись налоговым вычетом, равным 20 кв. м., посчитаем кадастровую стоимость одного кв. м. Для этого полную кадастровую стоимость квартиры (4 млн руб.) поделим на площадь квартиры (40 кв. м). Получается кадастровая стоимость 1 кв. м составляет 100 тыс. руб.

Теперь посчитаем кадастровую стоимость 20 кв. м. Для этого кадастровую стоимость 1 кв. м (100 тыс. руб.) умножаем на 20 кв. м. Получается 2 млн руб. Это и есть сумма налогового вычета, с которой новый налог на имущество не исчисляется.

Определяем кадастровую стоимость квартиры, с которой придется заплатить налог. Для этого из полной кадастровой стоимости (4 млн руб.) вычитаем сумму налогового вычета (2 млн руб.). Получается 2 млн руб. С этой суммы и будет исчисляться новый налог на данную квартиру.

Дальше выбираем налоговую ставку, по которой надо оплатить налог. Данная квартира попадает под ставку 0,1%. Теперь считаем сумму нового налога. Для этого кадастровую стоимость (2 млн руб.) умножаем на налоговую ставку (0,1%). Получается 2 тыс. руб. Именно такую сумму придется заплатить по кадастровой стоимости. По сравнению со старой цифрой, которая была всего 250 руб., новый налог вырос в 8 раз.

В-третьих, был изменен срок уплаты налога. Теперь не позднее 1 октября следующего года плательщики должны уплатить налог.

В-четвертых, изменились объекты налогообложения. Раньше налогом облагались жилые дома, квартиры, комнаты, гаражи, сейчас в этот список добавили дачу и любое другое строение, находящееся на земельном участке.

Кроме того, налог будет начисляться на недостроенные здания, единый комплекс недвижимости и даже на парковочное место. (Имущество в составе общего имущества многоквартирного дома объектом налогообложения не считается.)

В-пятых, налог на имущество при новом расчете практически не затронул перечня льгот, которые действуют в настоящее время. Остаются права на налоговые льготы у следующих категорий населения России:

Герои Советского Союза и Российской Федерации, лица, награжденные орденом Славы трех степеней;

- инвалиды I и II групп инвалидности;
- инвалиды с детства;
- участники гражданской войны и Великой Отечественной войны, других боевых операций по защите СССР, ветераны боевых действий;
- «Чернобыльцы»;
- военнослужащие со стажем военной службы 20 лет и более;
- участники подразделений особого риска в испытаниях ядерного и термоядерного оружия, ликвидации аварий ядерных установок на средствах вооружения и военных объектах;
- члены семей военнослужащих, потерявших кормильца; пенсионеры; граждане, выполнявшие интернациональный долг в Афганистане и т.д.

Данная категория льгот предоставляется в виде суммы налога, который необходимо уплатить. Налоговая льгота распространяется на имущество, которое находится в собственности налогоплательщиков. При этом данное имущество не должно использоваться в коммерческой или предпринимательской деятельности.

Такая льгота предоставляется исключительно на один объект каждого вида, с которого необходимо заплатить налог на имущество. Налогоплательщик вправе самостоятельно выбрать тот объект, к которому он захочет применить положенную льготу.

Таким образом, в 2015 г. налог на имущество физических лиц подвергся важным изменениям. Поменялся расчет налоговой базы (исходя из кадастровой стоимости), а, следовательно, выросла и сумма уплачиваемого государству налога. Ожидается, что ставка продолжит расти и в последующие годы. Так же изменился срок и объекты налогообложения. Основным изменением является то, что собственник сам должен сообщать об объектах недвижимости в ИФНС.

УДК 659.133

В. В. Ганина

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

Наружная реклама – графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных и/или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих. В современных условиях компаниям рассматриваемый медиаканал лучше использовать в следующих случаях:

- поддержка экспансии компаний на каком-либо рынке, укрепление их позиций;
- поддержка действий дилеров по проведению активных промоушн-кампаний;

- возможность выполнения медийных задач;
- получение максимальных результатов охвата широкой аудитории рекламами, обращениями в нужном месте и в нужное время при оптимальном соотношении цена/эффективность;
- увеличение показателя, как корпоративной узнаваемости, так и узнаваемости торговых марок среди широкого круга целевой аудитории;
- поддержка рекламных акций проводимых другими средствами рекламы прессы, телевидения, радио.

К основным положительным моментам наружной рекламы можно отнести: широкий охват аудитории; частоту и гибкость в размещении; относительно невысокую стоимость одного контакта; долговременность воздействия на аудиторию; большое количество рекламных контактов; четкое обозначение географических границ воздействия рекламы; зрелищность. Отрицательные моменты наружной рекламы можно описать так: невозможность проведения краткосрочных рекламных кампаний; снижения качества изображения под влиянием атмосферных явлений; длительность и сложность процедуры оформления разрешений на установку конструкций наружной рекламы; возможность передачи лишь небольшого объема информации из-за короткого времени контакта потребителя с рекламой; относительно высокая стоимость изготовления и аренды.

В настоящее время существует большое количество различных видов наружной рекламы. Одни из них эффективно работают, другие не имеют перспективы на будущее. Наиболее перспективными видами наружной рекламы, которые применяются в России сегодня, являются билборды, сити-форматы, системы «тривижен», пиллари. В других странах наружная реклама развивается по-разному. Наибольшего успеха в применении наружной рекламы добились такие страны как: Индонезия, Великобритания, Япония.

Анализ роста наружной рекламы за 2012–2013 гг. в России показывает, что объем сегмента наружной рекламы достиг 36,8 млрд рублей, а рост к аналогичному периоду 2012 г. составил 7,0%. Заполняемость рынка коммерческой рекламой составила 77,8%, что на 2,0% выше аналогичного показателя за 2012 г. Москва занимает 41,3% от общего объема рынка наружной рекламы в денежном выражении, Санкт-Петербург – 12,9%, города-миллионики – 22,9%, остальные регионы – 22,9%. Более половины рекламных бюджетов в наружной рекламе России приходится на щиты 6x3 – 60,6%, далее по убыванию следуют: крупные формы – 21,6%, малый формат – 7,9%, прочие форматы – 1,5%. По показателю товарная категория: «Автомобили, сервис» имеет долю в бюджете наружной рекламы – 15,4%, «Недвижимость и строительство» – 15,3%, «Оптово-розничная торговля» – 14,7%, «Туризм, развлечения» – 9,9% [1].

На российском рынке наружной рекламы присутствует около тысячи операторов. Среди ведущих подрядчиков выделяется лидер рынка – компания RussOutdoor, которая занимает 22,2% рынка. Комиссия экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России подвела итоги развития рекламного рынка за 9 месяцев 2014 г. Он показал, что суммарный объем рекламы в средствах ее распространения составил около 242 млрд руб., что на 5% больше, чем за предыдущий год. Из них на наружную рекламу было потрачено 32,2–32,4 млрд руб., прирост же составил 2% по сравнению с прошлым годом [2].

Анализируя вышепредставленный материал можно сказать, что перспективы развития рынка наружной рекламы весьма оптимистичны. К 2016 г. среднегодовой темп прироста наружной рекламы в России достигнет 11%. По прогнозу Россия займет прочное лидерство в сегменте наружной рекламы в мире. Рост сегмента будет осуществляться в значительной степени за счет развития регионов.

Библиографический список

1. www.advertology.ru
2. Анишкина Н. В. Наружная реклама. М.: «Инфра-М, Форум», 2013. 208 с.

УДК 658.86

Д. А. Гнедов

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ

Электронная коммерция – это виртуальная экономическая среда, в которой осуществляется электронно-экономическая деятельность с использованием интерактивных возможностей. Объектами электронной коммерции являются различные товары, услуги и информация.

Электронная коммерция строится на трех основных технологиях:

– возможность поставщику разместить в сети интернет информацию о своих товарах или услугах и принимать заказы на них электронным путем;

– возможность покупателю получить доступ к электронным каталогам компаний-поставщиков и заказывать товары или услуги онлайн;

– система электронных платежей.

В структуре электронной коммерции, как правило, выделяют несколько звеньев:

– реклама и представление товара;

– осуществление операций купли-продажи через каналы интернет;

– послепродажные услуги клиентами;

– построение отношений с клиентами.

В настоящее время происходит объединение ресурсов (оборудование, рабочая сила, технологии) и производственного процесса для создания конкретных товаров (работ, услуг) и их перераспределения между участниками экономической деятельности в пределах национального или международного рынка. В связи с этим следует различать электронную экономическую деятельность, связанную с перераспределением товаров и электронную экономическую деятельность, связанную с перераспределением работ и услуг.

Электронная экономическая деятельность, связанная с перераспределением товаров. Применительно к экономическим отношениям, формирующимся в процессе использования глобальной компьютерной сети интернет, выделяют два вида товаров: «мягкие» (soft) и «жесткие» (hard). При этом под мягкими товарами понимаются товары, перераспределение (поставка) которых возможно в электронной форме: информационные и звуковые файлы, программные продукты (программное обеспечение), а под «жесткими» товарами все остальные недвижимые и движимые вещи. В определенных случаях в форме «мягких» товаров могут выступать представленные в электронной форме ценные бумаги (бездокументарные ценные бумаги – ст. 149 ГК РФ) и безналичные денежные средства (электронные деньги). Исходя из этого можно сказать, что основным видом рассматриваемой категории электронной экономической деятельности является электронная торговля [1].

Электронная экономическая деятельность, связанная с перераспределением работ и услуг. В соответствии с п.4 ст.38 НК РФ работой для целей налогообложения признается деятельность, результаты которой имеют материальное выражение и могут быть реализованы для удовлетворения потребностей организаций и (или) физических лиц. Под услугой понимается деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности. В качестве основных видов рассматриваемой электронной экономической деятельности могут быть: электронная банковская деятельность; электронная страховая деятельность; электронная консультационная деятельность;

электронная маркетинговая деятельность; электронная образовательная деятельность; электронная издательская деятельность; деятельность по предоставлению услуг электронной связи [2].

В настоящее время существует ряд основных проблем развития электронной торговли в России.

1. Проблемы цифровой наличности и расчетов по интернету, для которых требуется постоянная защита денежных средств.

2. Проблема возврата товара. Для стимулирования продаж своих товаров магазины, как правило, объединяются в сеть, и договариваются о маркетинговой политике. Как правило, магазин по первому требованию покупателя осуществляет возврат средств, при его отказе от товара, который ему предложил магазин, в том числе без объяснения причин.

3. Проблема доставки товара. Основные трудности у компаний возникают при доставке товара в том или иной регион.

4. Проблема доверия к интернет-магазинам. В настоящее время большинство людей не только не пользуются интернет-магазинами, но и не имеют базовых навыков работы в интернете.

5. Проблема качества связи интернета или отсутствие возможность выйти в глобальную сеть и посетить торговую площадку.

6. Проблема обеспечения безопасности электронных денег.

7. Проблема оплаты товаров банковскими карточками.

8. Гарантии, хоть и большинство платежных систем при оплате товаров предоставляют свои квитанции и чеки, то в случае каких-либо проблем будет сложно вернуть свои деньги. Дело в том, что сама по себе цифровая наличность не является ни денежными знаками, ни чеками на предъявителя, и в то же время на нее не распространяется действие нормативно-правовых актов о системе безналичных расчетов.

В настоящее время для оплаты товаров по средствам интернета используются такие платежные системы как:

– крупнейшая мировая платежная система PayPal, которая принимает практически все виды платежей;

– платежная система Egold.com, зарекомендовавшая себя очень эффективной платежной системой международных платежей. Особенностью является то, что система не привязана к какой-то конкретной национальной валюте;

– платежная система Web-Money, популярная в СНГ система расчетов в реальном времени. Одна из первых систем с электронными платежами;

– системы Visa, работающие с банками. Обладает различными видами банковских карт, которые продвигают популярнейшие банки мира для оплаты.

Таким образом, общий уровень развития электронной коммерции в России в значительной мере отстает от показателей развития западных стран. Негативные последствия экономического кризиса, недоступность современных телекоммуникационных сетей в большинстве регионов страны, низкая распространенность современных электронных платежных систем, проблемы доверия к интернет-магазинам и доставки товаров препятствовали своевременному развитию рынка электронной коммерции. Но, в целом, на сегодняшний день в сфере электронной коммерции, формируется благоприятная обстановка, где растущий спрос стимулирует предложение.

Библиографический список

1. Соколова А. Н., Геращенко Н. И. Электронная коммерция. Мировой и российский опыт. М.: Открытые системы, 2010. 318 с.
2. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. Учебник. СПб.: Питер, 2011. 334 с.

УДК 331.108.2

М. В. Горбунова

студент кафедры менеджмента

М. Л. Кричевский

д-р техн. наук, проф. – научный руководитель

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ДЛЯ ВЫБОРА МЕСТА ОТКРЫТИЯ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА

Рано или поздно владельцы многих розничных продуктовых магазинов встают перед необходимостью расширять свое дело и открывать новую точку продаж. Один из наиболее важных моментов в этом деле – выбор месторасположения. Именно от него напрямую зависит, насколько динамично будет развиваться растущий бизнес.

Есть ряд критериев, по которым необходимо производить подбор места для нового магазина. Причем в зависимости от формата торговой точки на первый план будет выходить тот или иной из них.

Роль логистической инфраструктуры в розничной торговле проявляется в следующих составляющих:

- размещение магазина;
- выбор типа помещения предприятия розничной торговли;
- создание инфраструктуры отдельных торговых точек (магазинов);
- местонахождение и тип распределительного центра или центров сети или просто складских помещений, обеспечивающих деятельность розничной сети.

Как известно, магазин характеризуется тремя основными параметрами – местом, местом и местом. Эта лишь отчасти шутивная сентенция имеет право на жизнь, так как значение данного фактора на порядок превышает значение таких факторов, как площадь торговой точки и другие ее характеристики. Если говорить о местоположении торговой точки, то сразу же возникает вопрос о следующих важных параметрах, которые влияют на логистику магазина:

- наличие удобных подъездов к месту расположения;
- человеческий поток, количество людей проходящее или проезжающее вблизи места размещения торговой точки;
- средние доходы проживающих здесь семей;
- конкурентная обстановка в близлежащем районе.

Перечень этих факторов может быть длиннее или короче – в зависимости от формата магазина, его потребительской аудитории и поставленных задач. Чем больше критериев учтено при оценке, тем точнее будет прогноз.

Целью данной работы является демонстрация возможностей методов мягких вычислений (МВ) при решении задач менеджмента. Информационные технологии, используемые в МВ, позволяют довести решение задачи до количественного результата, что имеет ценный характер для менеджера, совершающего определенное управленческое действие [1].

Для разработки системы оценки эффективности выбора места для открытия розничного магазина было принято решение об использовании модели нечеткой логики, так как уже имеются знания о возможном решении проблемы, и, следовательно, моделируемая система известна.

В качестве основных показателей, влияющих на привлекательность места для розничного продуктового магазина типа «Гипермаркет», выбраны следующие:

- человеческий поток;
- наличие парковки;
- количество конкурентов.

Поставленная задача выполнялась в системе *Matlab* версии 7.01 в программном модуле *Fuzzy Logic*.

В качестве входных параметров были использованы: человеческий поток (от 0 до 1000 чел. в день), наличие парковки (от 0 до 30 мест), количество конкурентов (от 0 до 10 в районе). Выходным параметром выступает привлекательность места (от 0 до 10 баллов).

Для построения системы нечеткого вывода для каждой переменной были заданы функции принадлежности и диапазон, в котором изменяется значение переменной.

Для первой входной переменной выбраны три градации: малый, средний, большой потоки людей.

Для второго показателя «наличие парковки»: малое, среднее и большое количество мест.

Для третьего показателя «количество конкурентов»: много конкурентов, мало конкурентов.

Для выходного параметра были заданы три градации: низкая, средняя и высокая степени привлекательности.

Для того чтобы система начала работать, была создана база правил, которая связывает входные переменные с выходным параметром.

Для примера приведем несколько правил:

– ЕСЛИ человеческий поток в день «высокий» И количество парковочных мест «большое» И количество конкурентов «мало», ТО привлекательность места «высокая»;

– ЕСЛИ поток людей в день «малый» И количество парковочных мест «мало» И количество конкурентов «много», ТО привлекательность места «низкая».

Таким образом, вводя исходные данные (значения входных показателей) с помощью разработанной системы нечеткого вывода можно получить ответ о привлекательности места (значение выходного параметра). В итоге, можно утверждать, что разработана система, предназначенная для оценки привлекательности места при открытии розничного продуктового магазина типа «Гипермаркет».

Библиографический список

1. Кричевский М. Л. Интеллектуальные методы в менеджменте. СПб.: Питер, 2005. – 304 с.

УДК 004

М. О. Густарев

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Информационные технологии – это процесс, использующий совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных для получения информации нового качества о состоянии объекта, процесса или явления. В настоящее время в большинстве российских компаний присутствуют отделы информационных технологий. Для эффективной работы данного отдела необходимым условием является наличие компьютеров, сети, программного обеспечения, специального оборудования и высококвалифицированные человеческие ресурсы. Рассмотрим более подробно основные информационные технологии, которые в настоящее время применяются компаниями и их роль в развитии последних.

1. *Электронная почта*. Как показывают исследования, для обеспечения компании необходимой информацией и для передачи исходящей информации в другие звенья компании управляющий персонал расходует более 70% своего рабочего времени. Для обеспечения более опе-

ративного обмена информацией и электронными документами была введена система электронной почты. Система электронной почты предусматривает передачу сообщений и электронных документов посредством какой-либо компьютерной сети с одного компьютера на другой. Преимуществами электронной почты по сравнению с другими способами передачи информации являются следующие: высокая скорость передачи сообщений в независимости от удаленности абонента – документ доставляется адресату через несколько секунд после отправления; отсутствие необходимости прибегать к помощи других лиц, т.к. документы отправляются и принимаются с помощью компьютера непосредственно в компании; возможность передачи информации, которую невозможно передать такими существующими средствами, как телефон, телеграф, факс; дешевизна электронной почты для передачи сообщений в любые регионы (включая другие страны).

2. *Управление технологией производства.* На базе компьютеров и микропроцессоров в настоящее время созданы автоматические и полуавтоматические линии по производству продукции. Использование таких линий позволяет высвободить персонал для решения других задач, повысить объем и качество выпускаемой продукции. В производствах, не имеющих автоматических линий, компьютеры широко используются на отдельных стадиях производства, в частности, при контроле качества продукции. Применение компьютеров в производстве позволяет исключить технологические ошибки, повысить качество труда работников.

3. *Автоматизация учета и планирования.* Сегодня бухгалтерский учет практически повсеместно ведется с использованием компьютерной техники. Введение автоматизированных систем бухгалтерского учета позволяет: организовать совместную работу бухгалтеров; получать оперативные статистические данные, на составление которых обычными средствами уходит несколько дней; исключить ошибки в вычислениях, приводящих к дополнительным затратам времени и денежных средств; повысить качество труда бухгалтеров путем исключения в их работе рутинных операций.

4. *Автоматизация банковских операций.* При современном развитии информационных технологий, для осуществления какой-либо банковской операции уже отсутствует необходимость самому клиенту являться в банк. Существуют системы, с помощью которых можно осуществлять банковские операции прямо в бухгалтерии компании. Составление и проводка соответствующих документов выполняется с помощью компьютера. Связь компьютера компании с компьютером банка может осуществляться как непосредственно, используя телефонную линию, так и через интернет. Очевидные преимущества «электронного банкинга» заключаются в следующем: оперативное осуществление банковских операций; отсутствие необходимости лично являться в банк; возможность осуществления банковских операций с любого места, где есть телефон (используя переносной компьютер) [1].

5. *CRM.* Основной целью внедрения CRM, как правило, является увеличение степени удовлетворенности клиентов за счет анализа накопленной информации о клиентском поведении, регулирования тарифной политики, настройки инструментов маркетинга. Благодаря применению автоматизированной централизованной обработки данных появляется возможность эффективно и с минимальным участием сотрудников учитывать индивидуальные потребности заказчиков, а за счет оперативности обработки – осуществлять раннее выявление рисков и потенциальных возможностей. В торговой сфере за счет CRM обеспечивается более эффективное применение метода перекрестных продаж. Основными принципами успешного внедрения CRM являются: наличие единого хранилища информации; использование многих каналов взаимодействия; анализ собранной информации о клиентах и подготовка данных для принятия соответствующих организационных решений. Этот подход подразумевает, что при взаимодействии с клиентом сотруднику компании доступна вся необходимая информация о взаимоотношениях с этим клиентом и решение принимается на основе этой информации.

6. *ERP*. ERP-системы представляют собой программные средства, автоматизирующие весь процесс учета, планирования и контроля в компаниях. Основным назначением ERP-систем является автоматизация процессов планирования, учета и управления по основным направлениям деятельности компании и поэтому ERP в общих чертах можно рассматривать как интегрированную совокупность следующих основных подсистем: управление финансами; управление материальными потоками; управление производством; управление проектами; управление сервисным обслуживанием; управление качеством; управление персоналом. Каждая из перечисленных подсистем может включать в себя функциональные блоки, которые также могут быть оформлены в виде отдельных подсистем. Большинство подсистем обладает функциональностью, позволяющей осуществить планирование материально-технических ресурсов и мощностей и трансформировать в соответствующие потребности в денежных ресурсах [2].

Сегодня на отечественном рынке информационного программного обеспечения представлены системы комплексной автоматизации компаний, различные по идеологии построения, функциональным возможностям, срокам внедрения, сложности внедрения и эксплуатации, стоимости. Каждая из них способна в той или иной степени решать проблемы компании с учетом ее отраслевых особенностей, размера и других факторов. Имеющиеся на российском рынке системы управления компаниями условно можно подразделить на два больших класса: большие системы и средние системы.

Наиболее эффективно проблемы компаний среди больших систем решают системы R/3 компании SAP AG, BAAN 4 компании BAAN и OracleApplications компании Oracle. Они с успехом внедрены и эксплуатируются за рубежом, являются лидерами на международном рынке, обладают значительным жизненным циклом, но при этом требуются серьезные финансовые и человеческие ресурсы для их использования. В российских условиях применение подобных систем нередко затруднительно из-за высокой стоимости. Сегодня их могут позволить себе далеко не все российские компании, поэтому успешное внедрение этих систем носит единичный характер.

Средние системы представлены в основном решениями отечественных разработчиков, накопивших многолетний практический опыт в области как создания и продвижения тиражных учетных систем, так и выполнения комплексных проектов автоматизации. К ним можно отнести решения: БЭСТ-Про («Интеллект-Сервис»), «Галактика» (корпорация «Галактика»), «Парус» (компания «Парус»), «Флагман» (компания «ИНФО-СОФТ») и др.

Развитие новых информационных технологий в России имеет свои широкие перспективы, базируясь на передовом мировом опыте. Оно определяется рядом факторов, создающих условия для ускорения информатизации, эффективного использования новых информационных технологий в государственном и негосударственном секторах экономики, развития отечественного сектора по производству новых информационных технологий. К числу таких факторов относятся: увеличивающаяся конкуренция со стороны аналогичных зарубежных компаний; развитие технологических возможностей телекоммуникационной и компьютерной техники; необходимость все в большей мере учитывать индивидуальные запросы покупателей в связи с большой дифференциацией производимых товаров и услуг. Анализируя тенденции развития рынка информационных технологий в России, можно увидеть, что в общей массе предлагаемых решений доля комплексных интегрированных систем неуклонно растет. Об этом свидетельствуют предложения компаний – разработчиков программного обеспечения, увеличение числа специализированных выставок, конференций, семинаров и иных тематических мероприятий.

Библиографический список

1. Балдин К. В., Уткин В. Б. Информационные системы в экономике: учебник. М.: Дашков и К. 2015. 395 с.
2. Исаев Г. Н. Информационные технологии. Учебное пособие. М.: Омега-Л. 2012. 464 с.

Е. С. Десятникова

магистрант кафедры информационных технологий в бизнесе

А. С. Будагов

д-р экон. наук, доц. – научный руководитель

ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В современном мире Интернета, потребности человека в информационных технологиях постоянно растут. Это влияет на рост и развитие современной информационной инфраструктуры. Каждый день идет развитие аппаратного обеспечения, мощности процессора, многоядерной архитектуры. Компании IT индустрии стремятся теперь не просто внедрить на рынок новые гаджеты или услуги, но и синхронизировать их с уже имеющимися сервисами и устройствами, таким образом уже несколько лет активно развиваются «облачные технологии». По своей сути облачная технология – это группа компьютеров со специально созданным программным обеспечением, связанная друг с другом в единую сеть с использованием Интернет. Эти компьютеры могут быть расположены в разных городах, странах или даже континентах. Специальная программа позволяет пользователю работать с этими компьютерами, как если бы мы работали с обычного персонального компьютера. Если любой компьютер из группы, отключен по какой-либо причине, он будет автоматически заменен на другой компьютер из этой группы, при этом пользователь облачной технологии, работая с программой, не видит и не чувствует, что программа поддерживается целой группой компьютеров.

На сегодняшний день, облачные технологии уже находят вполне реальное внедрение в разных секторах бизнеса. Многие организации пользуются данными технологиями и используют облачные хранилища данных для хранения различных файлов. Это могут быть документы, медиафайлы, архив фотографий, а также многие другие файлы, необходимые пользователю. Как говорят эксперты, применение облачных технологий в бизнесе может позволить компаниям, а особенно мелкому и среднему бизнесу, сэкономить на дорогостоящем программном обеспечении и обзавестись возможностью комфортно работать со своими данными.

Необходимо также отметить, что облачные технологии используются не только в бизнесе, но и во многих других сферах человеческой деятельности.

Процесс совершенствования информационных технологий занимает важное место и среди многочисленных новых направлений развития образовательных технологий. На данный момент облачные технологии активно используются в школьном образовании, к примеру, все чаще активно используются электронные дневники, журналы, личные кабинеты для учеников и преподавателей, тематические форумы, где ученики могут осуществлять обмен информацией, поиск информации, где ученики могут решать определенные учебные задачи в отсутствие педагога или под его руководством. В настоящее время существует множество облачных сервисов, которые можно применять в образовательном процессе. Одним из наиболее эффективных и актуальных сервисов в настоящее время является применение портала uztest.ru – это сайт, организованный в виде виртуального кабинета учителя, в котором размещены информационные ресурсы и интерактивные сервисы для подготовки и проведения занятий по математике. После регистрации на этом сайте, можно добавлять классы со списками учеников, каждому ученику сайт автоматически выдает логин и пароль, затем добавляются тренинги, тесты, задачки, и иная учебная литература предоставляемая самим сайтом. После этого ученикам раздаются их логины и пароли, при помощи которых они могут зайти на сайт, выполнять добавленные учителем задания и использовать учебную литературу. Результаты выполнения заданий моментально отображаются в журнале. Данный вид работы возможен как при домашних занятиях, так и непо-

средственно в компьютерном классе при обязательном наличии доступа в Интернет, а процесс общения с данным ресурсом достаточно простой и интуитивно понятный. Очевидно, что применение облачных сервисов в образовательном процессе, позволяет уйти от традиционного понятия «компьютерный класс».

Следует также отметить, что на сегодняшний день достаточное количество компаний уже перешли к облачной телефонии и используют виртуальную АТС. Эта услуга, предоставляется по технологии SaaS (Software as a Service), которая представляет собой аренду полнофункциональной цифровой телефонной станции. При помощи виртуальной АТС можно пользоваться IP-телефонией, принимать и отправлять факсы через Интернет, организовывать телефонные конференции, использовать инструменты для организации виртуальных Call-центров, таких как: автосекретарь, автоинформатор, синтезация голоса. Основу облачной АТС составляет многоканальный виртуальный телефонный номер с голосовым интерактивным меню, записью разговоров, возможностью переадресации входящих звонков на другие телефонные номера. Такого рода услуга позволяет объединить все основные коммуникационные потребности компании в единое телекоммуникационное пространство. Виртуальная автоматическая телефонная станция позволяет уйти от привязки к определенному месту, и офисы могут спокойно перемещаться из города в город. Интеллект системы значительным образом снижает затраты на оборудование, при этом открываются дополнительные возможности для управления звонками, которые можно принимать на любой телефон (мобильный, обычный, IP-телефон) или компьютер с гарнитурой. Также виртуальная АТС позволяет просматривать отчеты о совершенных звонках и их продолжительности, что является очень важным элементом работы, поскольку позволяет руководителю получать данные о загруженности каждого специалиста и способствует равномерному распределению нагрузки на работников трудового коллектива, а также применению полученных сведений в системе мотивации. Виртуальная АТС дает возможность записи телефонных разговоров, создания «белого» и «черного» списка абонентов, более удобной организации конференц-связи, а также отправки факсовых сообщений при помощи Интернета. Для настройки АТС не требуется привлечение профессионалов, простой и доступный интерфейс позволяет самостоятельно установить все параметры связи, которые с течением времени не требуют модернизации. Услуги, предоставляемые АТС не привязаны к месту расположения офиса и в случае переезда данные о номерах и настройке сохраняются. Также необходимо отметить, что одним из важных преимуществ этой технологии является удобство использования, достаточно легкая масштабируемость и существенное снижение затрат на услуги связи.

Таким образом, можно сделать вывод, что облачные технологии на сегодняшний день практически не имеют себе равных в удобстве применения, доступности и оперативности управления. Значительное снижение времени на выполнение поставленных задач делает представленные механизмы незаменимыми в самых разных областях человеческой деятельности, а их внедрение и развитие – объективным фактором успешности практически любой организации.

Библиографический список

1. Агеев М. Облачные технологии для бизнеса [электронный ресурс] – Режим доступа URL: <http://delovoyimir.biz/ru/articles/view/?did=12014>
2. Облачные технологии в школе [электронный ресурс] Режим доступа. – URL: http://www.thg.ru/technews/20111002_151200.html
3. Офис под ключ [электронный ресурс] – Режим доступа. -URL: <http://www.virtualofficetools.ru/virtual-office-key.html>
4. Десятникова Екатерина. Проблемы и перспективы облачных технологий [электронный ресурс] – Режим доступа URL: http://edu-science.ru/files/Arhiv/2014/12-13.12.2014/edu_7_p1.pdf#page=17

О. В. Доброгорская

студентка кафедры международных экономических отношений

Н. А. Бердникова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях ограниченности собственных ресурсов предприятия нуждаются в денежных поступлениях от инвесторов, которые будут служить необходимым дополнением к их собственным средствам. Именно поэтому на современном этапе возрастает актуальность научно-теоретических исследований и практических разработок в сфере формирования высокой инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта [1, с. 14]. В настоящее время наиболее распространено понятие инвестиционной привлекательности страны, региона или отрасли, разработаны определенные теории и методы расчета. Но, что касается предприятия, в данном направлении теория развита слабо и не существует единого мнения экспертов. Поэтому возникают определенные трудности даже в трактовке самого понятия «инвестиционная привлекательность» [2, с. 21].

В связи с этим актуальность темы исследования обусловлена необходимостью критического анализа и систематизации существующих подходов к изучению инвестиционной привлекательности предприятий [1, с. 15].

Понятие инвестиционной привлекательности является одним из сложнейших понятий современной экономической теории и практики. Многие отечественные и зарубежные ученые посвящали свои работы исследованию данного явления. Среди них следует выделить В. М. Аньшина, И. А. Бланка, В. В. Бочарова, А. Г. Гиляровскую, М. Н. Крейнину, Э. И. Крылова, В. А. Москвина, И. И. Ройзмана, Ф. Бергера, В. В. Аллавердяна, Л. Гитмана, Т. Коупленда, Д. Морриса, М. Скотта, У. Шарпа и др. Однако унифицированного подхода к толкованию этого понятия на данный момент не существует. Каждый интерпретирует понятие инвестиционной привлекательности на основе факторов, положенных в его оценку.

В. В. Бочаров, исходя из основного фактора – риска, трактует инвестиционную привлекательность как наличие экономического эффекта от вложения денег при минимальном уровне риска [3, с. 47].

В портфельной теории В. Шарпа и Х. Марковица инвестиционная привлекательность предприятия – это получение максимальной прибыли при заданном уровне риска [1, с. 221].

И. А. Бланк рассматривает инвестиционную привлекательность как один из факторов инвестиционного решения. Он считает, что оценка инвестиционной привлекательности необходима при выработке инвестиционной политики предприятия или инвестора, представляющей стратегию использования капитала, которая заключается в выборе и реализации наиболее эффективных форм реальных и финансовых инвестиций с целью обеспечения высоких темпов развития предприятия [2, с. 104].

Э. И. Крылов рассматривает инвестиционную привлекательность предприятия как эффективность инвестиционного проекта в целом, которая включает в себя общественную (социально-экономическую) и коммерческую эффективность инвестиционного проекта. Показатели общественной эффективности учитывают социально-экономические последствия осуществления инвестиционного проекта для общества в целом, в том числе как непосредственные результаты и затраты проекта, так и внешние затраты и результаты в смежных секторах экономики – экономические, экологические, социальные и иные внеэкономические эффекты. Показатели коммерческой эффективности учитывают экономические последствия осуществления инвестиционного проекта для непосредственного участника, реализующего проект, в предположении, что

он производит все необходимые для реализации проекта затраты и пользуется его результатами [4, с. 21].

В. М. Аньшин при трактовке значения инвестиционной привлекательности акцентирует свое внимание на таких факторах, как доходность и риск. В основном, действует прямая зависимость: чем выше доходность, тем выше и риск. Инвестор должен выбрать актив (предприятие) с приемлемым для него соотношением риска и доходности [5, с. 8].

По мнению М. Н. Крейниной, инвестиционная привлекательность предприятия – это экономическая категория, характеризующаяся эффективностью использования имущества предприятия, его платежеспособностью, устойчивостью финансового состояния, его способностью к саморазвитию на базе повышения доходности капитала, технико-экономического уровня производства, качества и конкурентоспособности продукции.

В. В. Аллавердян считает, что инвестиционная привлекательность предприятия – это, прежде всего, его возможность вызвать коммерческий или иной интерес у реального инвестора, включая способность самого предприятия «принять инвестиции» и умело ими распорядиться, то есть таким образом, чтобы после реализации инвестиционного проекта получить качественный (или количественный) скачок в области качества производимой продукции, объемов производства, увеличения доли рынка, и т. д. В итоге это влияет на основной экономический показатель коммерческого предприятия – чистую прибыль [6, с. 10].

На сегодняшний день можно выявить множество методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия. Во всех методиках существуют свои плюсы и минусы, но в свою очередь, нельзя пренебрегать какой-либо методикой, так как в мире еще не существует единой теории по всестороннему, комплексному расчету инвестиционной привлекательности предприятия.

Для сравнения методик оценки инвестиционной привлекательности предприятий было необходимо структурировать полученные знания об используемых методиках. В результате анализа методик оценки инвестиционной привлекательности предприятий, были выявлены следующие, наиболее распространенные в подсчете, методики [3, с. 211]. К ним относятся перечисленные ниже методики.

Методика на основе анализа факторов внешнего и внутреннего воздействия или иначе комплексный сравнительный анализ.

В данном методе осуществляется оценка инвестиционной привлекательности не только определенного предприятия, но и оценка инвестиционной привлекательности отрасли предприятия, региона и страны. Это необходимо для того, чтобы определить, насколько данные факторы, являясь внешними, влияют на инвестиционную привлекательность самого предприятия. И конечно, также, необходимо провести отдельно анализ всех внутренних факторов предприятия, влияющих на его инвестиционную привлекательность. Данная оценка является комплексной и наиболее точно отражает реальную ситуацию на предприятии. Но, конечно, данный метод является наиболее трудоемким.

Прежде всего, анализируются группы факторов, которые влияют на инвестиционную привлекательность предприятия. К таким факторам относятся: макроэкономические факторы на уровне страны, показатели инвестиционной привлекательности отрасли, инвестиционной привлекательности региона, а также факторы, которые влияют на инвестиционную привлекательность предприятия. После этого данные группы ранжируются по значимости на основе экспертных оценок, и определяются коэффициенты значимости каждого отдельного фактора в группе факторов. Затем все факторы суммируются с учетом влияния значимости каждой группы и каждого фактора в этой группе. Все полученные значения ранжируются, и таким образом определяются наиболее инвестиционно привлекательные предприятия [1, с. 48].

Финансово-экономический метод или иначе метод на основе внутренних показателей.

В данном методе осуществляется оценка инвестиционной привлекательности предприятия исключительно на основе внутренних факторов. К ним относятся такие факторы как: финансовые

коэффициенты, которые характеризуют имущественное положение предприятия (доля оборотных средств в совокупном имуществе предприятия, доля запасов в оборотных активах, доля основных средств во внеоборотных активах), деловая активность и ликвидность (коэффициент маневренности, текущей, быстрой и абсолютной ликвидности), а также обеспеченность ресурсами, уровень загрузки производственных мощностей, финансовую устойчивость (коэффициент автономии, коэффициент финансовой зависимости, коэффициент маневренности собственного капитала, коэффициент финансового рычага, коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств) и т. д. Данный метод является менее информативным, так как анализируется лишь влияние исключительно внутренних факторов. Источником информации для данного анализа является финансовая отчетность предприятия.

Стоимостной подход или иначе *метод дисконтированных денежных потоков*.

В данном методе осуществляется оценка инвестиционной привлекательности предприятия на основе определения его рыночной стоимости. Выявление текущей стоимости предприятия необходимо инвестору для определения его потенциала. Данный метод рассматривает инвестиционную привлекательность предприятия со стороны коэффициента недооцененности или переоцененности предприятия. Данный коэффициент находится как соотношение реальной стоимости к рыночной. Таким образом, можно выявить тенденцию роста стоимости предприятия и определить его потенциал, что очень важно для инвесторов.

Основными этапами оценки инвестиционной привлекательности предприятия методом дисконтированных денежных потоков являются: выбор модели денежного потока; определение длительности прогнозного периода; анализ и прогнозирование валовых доходов и расходов; анализ и прогнозирование инвестиций; выбор и обоснование ставки дисконтирования; расчет величины денежного потока для каждого года прогнозного периода; расчет стоимости в постпрогнозный период на основе определения дохода, который будет получен в постпрогнозный период (расчет остаточной стоимости бизнеса); расчет текущей стоимости будущих денежных потоков (дисконтирование) в прогнозный и постпрогнозный период как результат расчет текущей стоимости бизнеса [2, с. 129].

При использовании данного метода рассчитываются следующие показатели: индекс инфляции, ставка дисконта (средневзвешенная стоимость капитала), безрисковая ставка дохода, общая доходность компании, конечная стоимость, текущие стоимости будущих денежных потоков и стоимость в постпрогнозный период и т. д. [6, с. 103].

Таким образом, в настоящее время нет сформировавшейся комплексной методики оценки инвестиционной привлекательности предприятия, которую могли бы использовать потенциальные инвесторы для оценки инвестиционной привлекательности предприятия. Для получения объективной комплексной оценки уровня инвестиционной привлекательности необходимо учитывать количественные и качественные характеристики предприятия. Для каждой группы параметров необходимо определить весовые значения и в итоге провести комплексную оценку инвестиционной привлекательности предприятия.

Библиографический список

1. Орлова Е. Р., Казанова О. Б. Инвестиции. Управление инвестиционной деятельностью: учебник. М.: КНОРУС, 2009, 262 с.
2. Иголина Л. Л. Методология оценки инвестиционной привлекательности // Экономический анализ: теория и практика, № 6, 2010, 174 с.
3. Сироткин С. А. Экономическая оценка инвестиционных проектов. М.: Юнити-Дана, 2012, 361 с.
4. Крылов Э. И., Власова В. М., Оводенко А. А. Анализ эффективности инвестиций и инноваций: учеб. пособие. – СПб.: ГУАП, 2003, 152 с.
5. Аньшин В. М. Инвестиционный анализ: учеб. пособие: М., 2004, 80 с.
6. Алавердян В. В. Инвестиционный перелом или об инвестиционной привлекательности российских предприятий: учеб. пособие: М.: 2005, 136 с.

УДК 339.9

С. С. Донских

студент кафедры международных экономических отношений

В. Л. Хейфец

д-р ист. наук, доц. – научный руководитель

РОССИЙСКО-БРАЗИЛЬСКИЕ ОТНОШЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Россия и Бразилия – гиганты в глобализирующемся мире. Именно это высказывание все чаще встречается на просторах Интернета, страницах научных журналов. А ведь и правда, сложно не согласиться: элементарно площадь занимаемой ими территории составляет 17% от мировой суши при численности населения, превышающей 300 млн чел. К тому же, данные страны обладают статусом негласных лидеров на постсоветском пространстве и в Латинской Америке соответственно, отличаясь большим потенциалом в отношении полезных ресурсов.

Практические шаги в установлении отношений были предприняты после ухода с бразильской политической арены военных в 1985 г. Это не означает, что страны не знали о существовании друг друга до этого времени, однако их отношения носили по большей части формальный характер, а во время «холодной войны» дипломатические отношения и вовсе были разорваны. Так, в 1988 г. в результате визита тогдашнего президента Бразилии Жозе Сарнея была подписана Декларация о принципах взаимодействия во имя мира и международного сотрудничества. Три года спустя, Бразилия одна из первых стран Латинской Америки признала Российскую Федерацию преемницей распавшегося СССР (хотя товарооборот и уменьшился, что объясняется ориентацией РФ в сторону США вплоть до 1996 г.) [1].

Товарная структура взаимной торговли отличалась своей узостью: РФ импортировала в основном сахар, кофе, мясо кур, в свою очередь, поставляя на бразильский рынок только удобрения и продукцию черной металлургии [2].

В это же время происходит смена государственных деятелей (пост министра иностранных дел РФ занимает в 1996 г. Е. М. Примаков), и Россия берет ориентацию на отход от представлений атлантизма в пользу диверсификации внешней политики, охватывавшей, в том числе, и латиноамериканский регион [3].

Бразилия в этом ключе рассматривалась как одна из стран региона, оказывающих влияние на региональную обстановку и имеющих наибольшие перспективы в развитии. К тому же, к решению многих вопросов данные страны имеют схожие подходы, а именно, вопрос о реформировании Совета Безопасности ООН (СБ ООН), идеи многополярного мира, мирное урегулирование конфликтов, борьба с международным терроризмом и организованной преступностью, интеграционные процессы и другое. Отчасти именно поэтому Бразилия стала частью геополитических интересов Москвы [4].

Двусторонние отношения рассматриваемых стран постепенно входят в стадию интенсификации. К примеру, начиная с 2002 г., отношения между Бразилией и Россией в официальных источниках именуется как «стратегическое партнерство». Год спустя был подписан «Российско-бразильский пакт по военной технологии и поставкам» (значимое соглашение в отраслях космической технологии, противоракетной обороне, поставках оружия) [5]. Первый за всю историю двусторонних отношений визит российского президента в Бразилию в 2004 г. позволил заговорить о реальном сближении двух стран [6]. Была подписана конвенция об избежании двойного налогообложения, провозглашен курс на создание «технологического альянса», оговорено укрепление и расширение сотрудничества в энергетической сфере, в частности, в области производства возобновляемых источников энергии. 2008 г. ознаменовался введением безвизового режима между Бразилией и Россией, заключением соглашения о военно-техническом сотрудничестве.

Говоря о политической составляющей двусторонних отношений, нельзя упустить такие концепции как «мягкая сила» и публичная дипломатия, лежащие в основе внешнеполитической мысли двух гигантов. В Концепции внешней политики РФ от 12 февраля 2013 г. «мягкая сила» позиционируется как «комплексный инструментальный решения внешнеполитических задач с опорой на возможности гражданского общества, информационно-коммуникационные, гуманитарные и другие альтернативные классической дипломатии методы и технологии» [7]. Однако то, что четкая формулировка была предложена только несколько лет назад, не означает, что данная концепция не применялась ранее на практике. Так в 2002 г. были основаны региональные общественные организации: «Общество дружбы, научного, культурного и делового сотрудничества с Бразилией» (Москва) и «Общество содействия научным, культурным и деловым контактам с португалоязычными странами» – «Фарол» (Санкт-Петербург) [8]. К публичной дипломатии как проводника «мягкой силы», очевидно, можно отнести и начало работы в Бразилии российских ученых, как в университетах, так и научных, и исследовательских центрах, имеющих заинтересованность в зарубежных квалифицированных сотрудниках (Рио-де-Жанейро, Сан-Паулу, Петрополис, Кампус-дус-Гойтаказес).

В качестве перспективной идеи рассматривается создание стратегического партнерства между парламентами России и Бразилии при участии гражданского общества и неправительственных организаций (НПО). Однако проблематика взаимодействия заключается в том, что подобные контакты носят хаотичный характер, а также не объединены общими целями и задачами. В связи с этим, логичным решением стало бы создание определенной должности, в обязанности которой входила бы координация данных процессов.

Относительно бразильской публичной дипломатии в отношении России считается, что она пока лишь входит в фазу разработки. На данный момент единственные достижения, которые могут быть озвучены, это, пожалуй, различные общественно-политические и массовые культурные мероприятия, включающие демонстрацию в нашей стране широко известных бразильских телевизионных сериалов, организацию фестивалей кино Бразилии, выставок живописи, распространение полюбившегося всем бразильского футбола и т. д. [9].

Итак, можно с полной уверенностью сказать, в данный момент публичная дипломатия не получила должного распространения. Однако, очевидно, что ее использование государственными аппаратами принесло бы положительные плоды, укрепив позиции РФ не только в Бразилии, но и во всем Латиноамериканском регионе.

Что касается непосредственно торговых отношений, то в Москве утверждают, что увеличение показателей взаимного товарооборота находится в приоритете. К примеру, взаимный товарооборот, за последние десять лет вырос в два раза (с 2,6 млрд долл. до 6 млрд долл.). Для сравнения, бразильско-китайский товарооборот увеличился также почти в два раза, однако с уровня в 37 млрд долл. до 56 млрд долл., что, несомненно, представляется более существенным приращением [10].

Несмотря на то, что более 40% экспорта РФ составляют химические и минеральные удобрения, появление в экспорте из России продукции стального проката, дизельного топлива, вертолетов и их комплектующих, энерготурбин как товаров с высокой степенью обработки представляется важным изменением [11]. Что касается товарной структуры экспорта Бразилии, то здесь распространяется обратная тенденция: сокращение числа поставок техники (пассажирских самолетов, тракторов) и увеличение сырьевой продукции. Тем не менее, положительное сальдо платежного баланса сохраняется все так же за Бразилией, что говорит о доминировании экспортных операций в торговле с РФ (российский импорт составил 4,1 млрд долл., а экспорт равен 1,9 млрд долл.).

Далее, инвестиции – это, пожалуй, на сегодня наименее освоенные сферы экономики. На территории России действует довольно ограниченное число бразильских компаний, среди которых доминируют предприятия мясной продукции («Sadia», «Perdigao»). Аналогичная ситуация и с участием России на внутреннем рынке Бразилии, хотя данные ниши существуют: энергетика (строительство газопроводов при сотрудничестве ОАО Газпром и Petrobras [11]), военно-

техническая и авиационная сферы, туризм. Единственным положительным моментом можно признать увеличение доли «Rosneft Brasil» до 51% в проекте «Солимоинс» (месторождение нефти и газа в Амазонии) [12].

По мнению некоторых специалистов, слабость взаимодействия данных государств вызвана банальными просчетами в маркетинговой стратегии, проще говоря, рекламе. Едва ли многие могут себе представить, что инвестиционный климат на первый взгляд бедной страны благоприятнее, чем российский. Данное высказывание подтверждают и цифры. Так, за последний год объем прямых иностранных инвестиций в бразильскую экономику вырос на 87% и составил 48,4 млрд долл., в то время как Российская Федерация испытывает трудности, выражающиеся в спаде иностранной активности (12–14 млрд долл.) [13]. Зачастую это вызвано недоверием к экономической обстановке в России, неуверенностью за сохранность и защиту инвестиций, обстановку накаляет и коррумпированность наших властей.

Итак, российско-бразильские отношения, как частный случай российско-латиноамериканских отношений, на сегодняшний день идут по пути взаимной интенсификации. Такие характеристики как схожесть экономик, совпадение мнений по ряду мировых проблем, желание усилить свои позиции на мировой арене в качестве активных игроков, а не пассивных наблюдателей играют определяющую роль. Большое значение имеет положительное восприятие Российской Федерации бразильцами, в отличие, скажем, от США и большей части Европы, что способствует более продуктивному сотрудничеству во всех сферах. Тем не менее, необходимо уделять внимание таким проблемам как недифференцированность товарной структуры экспорта и импорта, дабы сотрудничество двух держав не воспринималось лишь как попытка обеспечить баланс сил на мировой арене в противовес США и Европе, т. е. не объяснялось исключительно политическими мотивами.

Библиографический список

1. Ковтун М. В. Россия–Бразилия: современное состояние и перспективы / М. В. Ковтун // Латинская Америка. М., 2011, № 12. С. 25–34.
2. Шакиров А. Р. Перспективы российско – бразильских внешнеэкономических связей на современном этапе: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. к эк.н. Спец. 08.00.14 / А. Р. Шакиров//ВАНТ – М., 2005 – 28 с.
3. Будаев А. В. Особенности формирования модели российско-бразильских отношений на современном этапе / А. В. Будаев // Государственное управление. Электронный вестник, № 45, Август 2014 г. 281 с.
4. Яковлев П. П. Россия и Латинская Америка на траектории взаимного сближения / П. П. Яковлев // Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы. 2013, 11 декабря. <http://www.perspektivy.info/.htm>
5. Дабагян Э. С., Ивановский З. В., Мазин А. В. Бразилия: перемены и постоянство / Э. С. Дабагян, З. В. Ивановский, А. В. Мазин // М.: Институт Латинской Америки, 2004. – 148 с.
6. Луис Инасиу Лула да Силва – новый президент Бразилии . 02. 01. 2003 <http://www.1tv.ru/news/crime/39692>
7. Концепция внешней политики Российской Федерации // Министерство иностранных дел Российской Федерации. 2014 г., 12 августа. <http://www.mid.ru/bdomp/sitemap.nsf>
8. РОССОТРУДНИЧЕСТВО <http://rs.gov.ru/spisok-organizacij-vhodyashchih-v-sostav-rossiyskoy-associacii-mezhdunarodnogo-sotrudnichestva-rams>
9. С 9 по 15 октября 2013 года в московском кинотеатре «35мм» в шестой раз прошел фестиваль бразильского кино. В этот раз в программу кинофестиваля вошли девять картин фильмов о семье, музыке и жизни современных бразильцев. См.: Фестиваль нового бразильского кино пройдет в Москве. 2014, март 13: <http://kino-cccp.net/news/2013-10-09-61>
10. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Sistema de información de comercio exterior. http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/comercio_exterior_particip_mercado_entrada.seam?cid=1122
11. О товарообороте Бразилии с Россией по итогам 2012 года . Торговое представительство Российской Федерации в Федеративной республике Бразилии <http://torgrussia.org/>
12. El RusoLatino de negocio информирует. «Роснефть» укрепляет свои позиции в Бразилии. Латинская Америка № 5. М., 2014. С. 108.
13. International Country Risk Guide. The PRS group. <http://epub.prsgroup.com/products/international-country-risk-guide-icrg>

УДК 659.11

Е. И. Жилова

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Национальный рынок рекламы в России остается на сегодня относительно «непрозрачным», поэтому официальных данных по его объемам не существует. Ряд организаций на периодической основе выпускают свои экспертные оценки по развитию ситуации на рынке рекламы, исходя из своих данных. Наиболее авторитетными являются данные Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) и международной сети рекламных агентств ZenithOptimedia, которые выпускаются на ежеквартальной и ежегодной основе.

Согласно прогнозу, глобальные расходы на рекламу по итогам 2015 г. вырастут на 5,3% и достигнут 523 млрд долл. В предыдущем прогнозе сети рекламных агентств, выпущенном в июне 2014 г., рост рекламных инвестиций в 2014 г. ожидался на уровне +5,4%. В 2015 г. глобальный рынок вырастет также на 5,3%, а в 2016 г. – на 5,2%, прогнозирует ZenithOptimedia. Снижение прогноза по глобальному росту продиктовано напряженной экономической ситуацией, которая негативным образом сказывается на мировой экономике и международном бизнесе [1].

По данным АКАР только 6 из 10 крупнейших рекламных держав в ближайшие три года сохранят свои позиции в топ-10. Три страны опустятся вниз по рейтингу – Великобритания с 5 на 6 место, Франция – с 7 на 9, Канада выйдет из списка лидеров. К 2015 г. Бразилия займет 5 место, а Россия поднимется с 11 на 7. Темпы роста российского рынка будут в несколько раз опережать соответствующие показатели как глобального, так и восточноевропейского рынков. Сохранение такой динамики позволит России в 2015 г. войти в топ-7 крупнейших мировых держав по объему инвестиций в рекламу, обогнав такие страны, как Франция, Южная Корея и Австралия.

Быстрое развитие цифровых рекламных технологий будет основным фактором роста мирового рекламного рынка в 2015 г., и позволит ему вырасти на 5,3% (в 2013 г. рост составил лишь 3,9%). Интернет остается самым быстро растущим медиа, с глобальными темпами роста 17,1% по прогнозу ZenithOptimedia на этот год. Новые технологические решения делают это медиа одновременно более эффективным и доступным по цене. Традиционная баннерная реклама будет расти со средней динамикой 15,8% в год в период 2013–2016 гг. Средний рост онлайн-видео в исследуемый период составит 24,2%, реклама в социальных медиа растет еще быстрее – по 29,9% в 2013–2016 гг. Если в 2013 г. на долю интернет-рекламы пришлось всего 21% всех рекламных вложений, то в 2014 г. доля вырастет до 23,6%. Это позволит онлайн-рекламе обойти рекламу в прессе (доля 22,7% по итогам 2014 г.) в общем рекламном бюджете. К 2016 г. доля онлайн-рекламы достигнет 28,3% и разрыв между медиа телевидением и интернетом сократится до 9,9% (сейчас он составляет 15,9%). В настоящее время мобильная реклама продолжает динамично расти. По итогам 2014 г. прогнозируется 67% рост этого сегмента, это в 7 раз выше динамики роста интернет-рекламы на стационарных носителях. В 2015 г. доля интернет-рекламы составит 25%, а в 2016 г. – 30%. В связи с этим можно сказать, что мобильная реклама – самый быстро развивающийся сегмент рынка. Доля телерекламы в общих рекламных расходах находится на стабильном уровне. В 1980 г. доля телевизионной рекламы составляла 31% от общих рекламных расходов по всем медиа, в 1990 г. – 32%, в 2000 г. – 36%, в 2010 г. – 39%. Пройдя пик в 40,4% в 2013 г., ее доля начнет снижаться – до 40,3% к 2015 г. Также телеканалы будут страдать из-за увеличения конкуренции со стороны цифровых носителей информации, таких как смартфоны, планшеты и т. д. [1].

В начале 2015 г. ZenithOptimediaRussia пересмотрела свой предыдущий прогноз развития российского рекламного рынка в сторону значительного понижения – с 6,6% (данные июньского прогноза) до 1,2%. Согласно прогнозу рост объемов рекламных инвестиций ожидается лишь в двух медиа – в интернете и на радио (на 10% и 4%, соответственно). Расходы на телевизионную и наружную рекламу останутся на уровне прошлого года. К прессе, сохраняющей негативную динамику с прошлого года (–10%), присоединится сегмент «Другие медиа», включающий интерьерную рекламу и рекламу в кинотеатрах – спад на 5% по итогам года [2].

Нельзя не учесть, что на перспективы развития рекламной деятельности в России влияют не только политические и экономические факторы, но законодательные. Так, 1 января 2015 г. вступили в силу поправки к федеральному закону «О рекламе», предполагающие полный запрет размещения рекламы на «платным» каналах. В отношении применения этих поправок до сих пор нет ясности. На настоящий момент не понятно, какие телеканалы относятся к «платным», а какие – нет. В случае если один и тот же канал в части городов ведет вещание через кабельные сети (без использования декодеров), а в других входит в пакет платных каналов, остается вопросом, к какому сегменту он относится. В 2015 г. также вступят в силу поправки, снимающие ограничения на рекламу пива сроком на четыре года. Однако и вокруг этого положительно-го аспекта для рекламного рынка процесс законотворчества пока не завершен. Так известно о подготовке нового пакета поправок к закону «О рекламе», согласно которым получают разрешение рекламировать пиво только компании, у которых есть контракт с FIFA, но лишь в период проведения чемпионата мира по футболу.

Исходя, из вышепредставленного материала можно сделать вывод, что российский рекламный рынок продолжает замедлять темпы развития. Экономическая нестабильность, введение санкций Евросоюзом и США против России, и принятие ответных меры РФ на санкции, напрямую отражаются на активности рекламодателей на рынке – происходит корректировка маркетинговых бюджетов в сторону их сокращения.

Библиографический список

1. Иванова И. Развитие рынка рекламы. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс] // Журнал «Индустрия рекламы» – 2013. – № 5. URL: <http://adindustry.ru/doc/1159>
2. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2012. 285 с.

УДК 339.138

В. А. Зарубенкова

студент кафедры менеджмента

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Технологии маркетинга – это методы, направленные на успешную деятельность компании на рынке. Технология маркетинга представляет собой совокупность стадий, операций, приемов и действий, необходимых для реализации маркетинговых решений. Существует пять основных технологий маркетинга:

- сегментирование;
- нацеливание;
- позиционирование;
- анализ;
- прогнозирование.

Применяя технологии маркетинга, компания может работать и обеспечить продажи на целевом сегменте за счет глубокого понимания потребностей покупателей, успешно конкурировать с другими компаниями благодаря лучшему знанию потребностей покупателей и тенденций в развитии рынка, повысить прибыльность или завоевать большую долю рынка в зависимости от целей. К наиболее популярным и эффективным маркетинговым технологиям относятся: партизанский маркетинг, технология бренда, CRM, мобильный маркетинг.

Партизанский маркетинг включает в себя такие способы рекламы и маркетинга, которые позволяют компании эффективно продвигать свой товар или услугу, привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль, не вкладывая или почти не вкладывая денег. Поэтому партизанский маркетинг называют также «малобюджетным маркетингом» или «малозатратным маркетингом». Его главное отличие – использование возможностей креативного мышления в совокупности с дешевыми рекламносителями (визитные карточки, листовки, вывески, буклеты, открытки и т. п.), вместо дорогой рекламы (например, в средствах массовой информации).

Западных примеров успешного применения партизанского маркетинга огромное количество, но, к сожалению, данная технология в России еще не достигла западного уровня. Однако те отечественные производители, которые в своей деятельности используют приемы партизанского маркетинга, уже убедились, насколько это эффективно и как это помогает обойти своих конкурентов. Например, московская компания «Кухнистрой», занимающаяся изготовлением кухонных шкафов, стала использовать такой способ партизанского маркетинга: когда ее мастер-установщик заканчивает работу у клиента, он оставляет на дверной ручке его соседей карточку с сообщением о том, что один из жильцов дома установил сегодня кухню их производства. При себестоимости рекламного контакта в три рубля и времени человека, который все это развешивает, компания в своих пресс-релизах оценила эффективность этой маркетинговой технологии выше, чем телевизионная реклама.

Технология бренда. Бренд это продукт, который обладает не придуманной искусственной историей, а вполне конкретными маркетинговыми коммуникациями. Ценность бренда определяется различными показателями, но в целом важен общий вид бренда, который выстроен из эффективно работающих коммуникаций. Естественно, компании с хорошей деловой репутацией легче и дешевле получить разрешение (лицензию) на свою деятельность, площади под производство, сертификаты на продукцию и т.п.

Деловой журнал BusinessWeek регулярно публикует стоимость 100 брендов-лидеров, которые определяются совместно с компанией Interbrand. Рассмотрим в (табл. 1) рейтинги самых дорогих мировых брендов 2014 г. [1].

Таблица 1

Рейтинги самых дорогих мировых брендов 2014 г.

Место в рейтинге	Название бренда	Стоимость бренда (млн долл.)
1	Google	158,843
2	Apple	147,880
3	IBM	107,541
4	Microsoft	90,185
5	McDonald's	85,706
6	Coca-Cola	80,683

Также начиная с 2005 г., компания Interbrand проводит маркетинговые исследования и публикует список самых дорогих российских брендов. Рассмотрим в (табл. 2) рейтинги самых дорогих российских брендов 2014 г. [1].

Рейтинги самых дорогих российских брендов 2014 г.

Место в рейтинге	Название бренда	Стоимость бренда, (млн руб.)
1	Газпром	1 261 617
2	МТС	192 107
3	Билайн	155 473
4	Мегафон	114 156
5	Норильский никель	111 530
6	Сбербанк	106 697

CRM (Customer relationship management) – прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами, в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов. В России CRM-системы только обретают популярность. Отсутствие инструментов, обеспечивающий оперативный и стратегический анализ в CRM-системах является одной из главных причин провала проектов по их внедрению.

Мобильный маркетинг – одно из самых быстроразвивающихся направлений в маркетинге. Согласно исследованию рынка мобильной рекламы за второй квартал 2013 г., проведенному компанией Opera Mediaworks, Россия занимает шестое место в мире по количеству мобильных рекламных запросов и показов. Наиболее популярными форматами мобильной рекламы в России являются баннеры, видеореклама и приложения. Агентства мобильной рекламы прогнозируют, что с течением времени мобильные коммуникации превзойдут классические типы коммуникации по объему и эффективности [2].

Анализируя вышеописанный материал, можно сказать, что маркетинговые технологии, применяемые компанией, позволяют ей работать на верно выбранном рыночном сегменте, обеспечивать высокий уровень продаж определенной целевой категории потребителей, чьи потребности и предпочтения глубоко и полно изучены, успешно конкурировать с другими компаниями благодаря изучению тенденций развития рынка и потребностей покупателей, и в конечном итоге повысить свою прибыльность и конкурентоспособность. Все это свидетельствуют, что компания применяет современные технологии маркетинга, которыми не владеют ее конкуренты, производит уникальный товар сравнимого качества, но реализует его по более низкой цене.

Библиографический список

1. www.advertology.ru
2. Гаврилов А. Конкурентный анализ в интернет-маркетинге. [Электронный ресурс] // Журнал «Новости маркетинга. Журнал о новом маркетинге» – 2014 – сентябрь. URL: <http://www.marketingnews.ru/>

УДК 658.012

А. Ю. Зимин

магистрант кафедры информационных технологий в бизнесе

Н. В. Макарова

д-р пед. наук, проф. – научный руководитель

ПРОЕКТ ОТКРЫТИЯ КОМПАНИИ ПО МОНТАЖУ СИСТЕМ УМНОГО ДОМА

Управление проектами является эффективным средством управления в реальных российских условиях и в то же время проверенным инструментом реализации организационных проектов необходимого качества в установленные сроки в рамках принятого бюджета.

Одним из обязательных условий эффективной реализации проектов в настоящее время становится применение современных средств и инструментов управления проектами, основанных на использовании новых информационных и коммуникационных технологий. Развитие программного обеспечения для планирования и управления проектами обусловлено необходимостью максимальной интеграции IT-сферы и наиболее эффективных методов, средств и инструментов теории управления проектами.

Целью данной работы является разработка проекта открытия компании по проектированию, монтажу и продаже систем умного дома.

Под «умным домом» понимают комплекс взаимодействующих систем, которые при эксплуатации домов увеличивают безопасность и комфорт, а также обеспечивают использование ресурсов. Экономичность и экологичность, которые при правильной организации в случае «умного дома» не противоречат друг другу, а представляют собой две стороны единого процесса оптимизации энергопотребления.

«Умный дом» имеет много наименований – SmartHouse, SmartHome, «интеллектуальное здание» и т. д. Иногда говорят о BuildingManagementSystem (BMS) и, соответственно, автоматизированной системе управления зданием (АСУЗ).

Наибольшей популярностью пользуются системы, автоматизация работы которых приносит видимые или ощущаемые результаты – то есть управление освещением, аудио-видео оборудованием, в том числе мультимедиа (распределение аудио- и видеосигналов в некотором помещении или за его пределами), и шторами/жалюзи. Большой спрос на охранно-пожарные сигнализации и микроклимат. В последнее время становится актуальной также установка электроприводов на окна и двери, соответственно, требуется включение в общую систему управления. Интеллектуальный дом позволяет защитить дорогостоящие отделочные материалы (например, если прорвет трубу, система сама перекроет воду, отключит электропитание в комнате), экономить электроэнергию и тепло. В спальне, в которой никого нет как минимум 14 часов в сутки, умный дом на это время снизит температуру теплого пола в комнате, выключит электричество, отопление, а это уже сейчас существенная экономия. С ростом цен на электричество интерес к возможностям умных домов будет увеличиваться и в России.

Начальной вехой проекта можно считать саму идею создания компании по разработке и монтажу систем умного дома.

Выделим в качестве целей следующие: обязательную, возможную, желательную и неявную. В качестве обязательных целей выделяются регистрация фирмы в качестве юридического лица (оформление необходимых документов, постановка на учет в налоговом органе), открытие офиса компании, получение и реализация первых заказов. Открытие компании за кратчайшее время при наименьших затратах – это возможная цель. Желательной целью будет занять свою нишу на рынке, найти постоянных клиентов (заключение долгосрочных договоров со строительными компаниями). Неявные цели: проведение анализа спроса на системы умного дома. Удовлетворение потребностей жителей города в улучшении качества жизни и эффективном использовании энергоресурсов.

Для обоснования жизнеспособности и конкурентоспособности был проведен маркетинговый анализ. Быстрое развитие технологий в этой сфере подстегивается наличием большого количества потенциальных потребителей, которые пользуются мобильными устройствами. Сегодня в развитых странах практически 100% жителей имеет мобильный телефон, а около 50% используют смартфоны. Использование подключения к сети или к Интернету уже давно перестало быть новинкой, эти технологии быстро становятся привычными, позволяя нам оставаться на связи со своим домом в любое время и в любом месте. По прогнозам аналитиков, рынок систем домашней автоматизации достигнет к 2017 г. 128 млрд долл., и это только в Северной Америке и Европе. В Азии, и особенно в Китае, также ожидается бурный рост этого рынка.

Даже в России жители провинциальных больших и малых городов начали с интересом относиться к технологиям «умного дома», что позволяет рассчитывать на большой потенциал этого рынка в нашей стране. Этот сегмент рынка, как считают специалисты, уже вышел за границы

элитных сегментов недвижимости, и в качестве потребителя все чаще выступают представители среднего класса. По данным компании Директ ИНФО [6], в 2013 г. объем российского рынка систем «умный дом» вырос на 30%, составив 3,7 млрд руб.

В ближайшие годы, несмотря на кризисные явления в экономике, рынок продолжит активно развиваться (рис. 1). К 2017 г. общий объем рынка «умный дом» может достигнуть 176 млн евро или 7,9 млрд руб. За пять лет объемы рынка может вырасти более чем в три раза по отношению к уровню 2012 г. (важно отметить, что прогноз построен в предположении, что кризиса или дефолта в экономике России не произойдет).



Рис. 1. Прогноз развития рынка «умный дом» в России до 2017 г.

Важной тенденцией последних лет стал активный переход пользовательских интерфейсов для управления «умным домом» на мобильные платформы. Технологические факторы «умного дома» представлены на рис. 2. Будущее данного направления выглядит в России, с учетом глубины проникновения мобильной связи и огромного числа мобильных пользователей, весьма перспективным. Тенденция «мобилизации» автоматизации сохранится в ближайшие годы. С приходом «интернета вещей» многое изменится и на рынке «умных домов и офисов». В целом, российский рынок «умный дом» можно охарактеризовать как сформировавшийся, но находящийся в самом начале своего «осознанного» развития. Согласно мнению экспертов (более 30 представителей игроков рынка – производителей, дистрибуторов и системных интеграторов) прогнозируется, что в ближайшие пять лет российский рынок систем автоматизации «умный дом» будет расти с средними темпами 24% в год. Росту объемов рынка «умный дом» будет способствовать, прежде всего, рост тарифов на электроэнергию, который составит порядка 7,5–14% в год. Также среди государственных инициатив, способствующих будущему росту как рынка «умный дом» в целом, так и отдельных его сегментов, можно отметить обсуждаемое введение социальных норм потребления электроэнергии для населения и введение ограничений на потребляемую мощность для юридических лиц.

В одном из самых густо населенных регионов России, в Санкт-Петербурге, даже в условиях сильной конкуренции есть все шансы найти необходимое число клиентов для окупаемости проекта. При строительном буме в быстро развивающемся городе есть большая возможность выбрать строительную компанию партнера, с которой опционально планируется предлагать установку интеллектуальных систем для покупателей апартаментов. Такое сотрудничество выгодно обеим сторонам, т. к. такие системы повышают интерес покупателей и арендаторов офисов и жилья. В этом случае у фирмы появится стабильный спрос, и проект становится обречен на успех.

SWOT-анализ предусматривает анализ сильных и слабых сторон фирмы, изучение среды и прогнозирование потенциальных угроз, разработку компенсационных мер, анализ стратегических и тактических возможностей предприятия, разработку мероприятий по «нейтрализации» угроз, минимизации слабых сторон предприятия и расширение возможностей (табл. 1).

SWOT-анализ фирмы

Благоприятные возможности (O)	Факторы угрозы (Т)
Внедрение на новые рынки; Использование «ноу-хау»; Повышение имиджа компании; Повышение качества внедряемых систем; Расширение спектра предлагаемых услуг.	Приход новых конкурентов; Неблагоприятная экономическая политика государства; Потеря поставщиков качественных комплектующих; Недостаточная развитость рынка; Обменный курс.
Сильные стороны предприятия (S)	Слабые стороны предприятия (W)
Использование качественного оборудования; Квалифицированный персонал; Способность к инновациям; Индивидуальный подход и гибкость по отношению к клиенту.	Высокая себестоимость из-за покупки дорогостоящего оборудования; Недостаток ресурсов для реализации крупных проектов; Высокий уровень цен.

Для более подробного анализа разрабатываемого проекта построим структуры: дерево целей представленное на рис. 2 и структуру продукции представленную на рис. 3.

Дерево целей – схема, показывающая как генеральная цель разбивается на подцели следующего уровня.

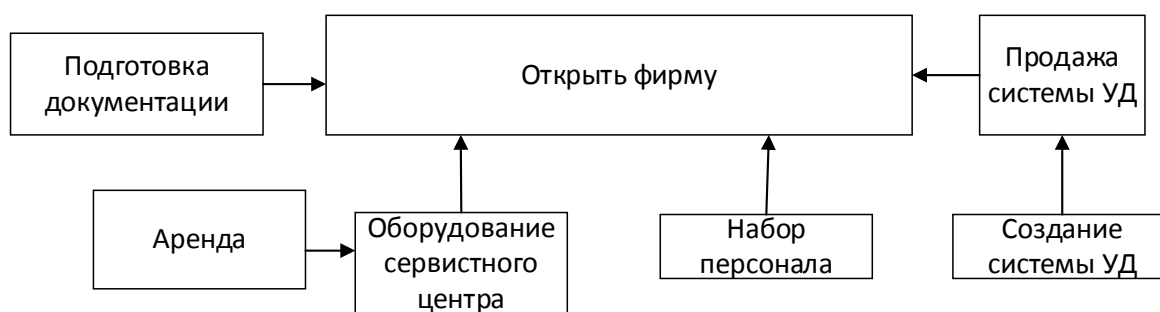


Рис. 2. Дерево целей

Структура продукции – иерархическая схема, отражающая структуру производимого по проекту объекта.

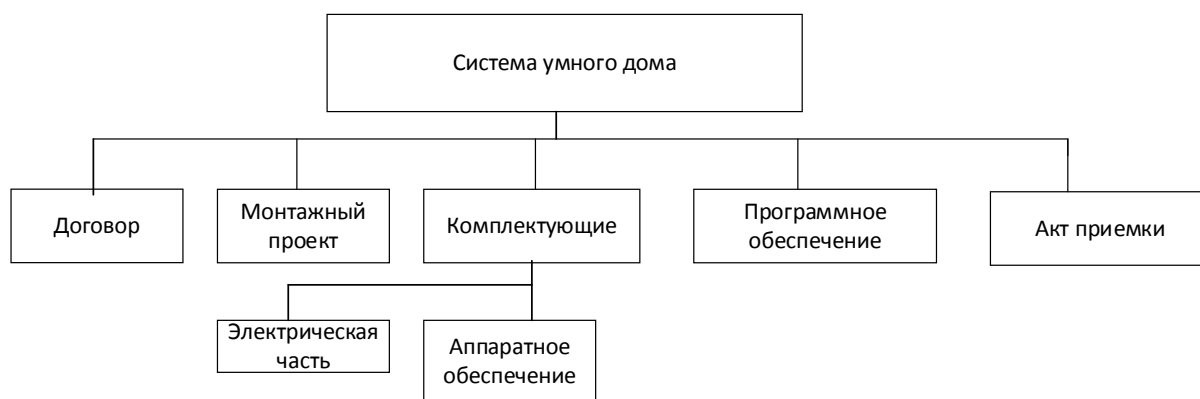


Рис. 3. Структура продукции

В статье были подняты вопросы открытия фирмы, занимающейся разработкой и монтажом систем умного дома. Было установлено, что рынок умных домов в России находится в зачатке и еще не насыщен, и это открывает перспективы начинающим предпринимателям занять свой сегмент рынка без внушительных затрат на рекламу и маркетинг. Анализ рисков в целом выявил благоприятные условия для реализации проекта. Была получена структура производимого продукта, которая позволяет наглядно видеть основные направления затрат при производстве.

Библиографический список

1. Макарова Н. В. Информационная технология управления проектами в программной среде MS Project: учебное пособие. Санкт-Петербург 2004.
2. Ноздрева Р. Б. Маркетинг: как побеждать на рынке, М.: Банки и биржи, 2003.
3. Котлеров Ф. Основы управления проектами/Пер.с англ. М., Прогресс, 2005.
4. Месекоп М. Х., Альберт М. Проект М.: Дело, 2004.
5. Нозда Р. Б. Основы предпринимательской деятельности, М.: Высшая школа, 2004.
6. «Умный дом» – маркетинговое исследование российского рынка: текущее состояние и прогноз развития URL:
7. http://www.directinfo.net/index.php?option=com_content&view=article&id=139%3A2010-07-06-13-57-09&catid=1%3A2008-11-27-09-05-45&Itemid=84&lang=ru

УДК 327

С. А. Иванова, С. О. Лазовский

студенты кафедры международных экономических отношений

В. Л. Хейфец

д-р ист. наук, доц. – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ МЕНТАЛИТЕТА И ГРАЖДАНСКОГО САМОСОЗНАНИЯ НА ВНЕШНЮЮ И ВНУТРЕННЮЮ ПОЛИТИКУ ГЕРМАНИИ

В качестве объекта настоящего исследования был выбран вопрос влияния менталитета и гражданского самосознания на внешнюю и внутреннюю политику Германии в широком историческом континууме. Предметом исследования является причина и разнообразие вариантов менталитета Германии в процессе формирования и эволюции немецкого национального самосознания.

Как известно, отношения между странами зависят не только от усилий политиков, но и от того, как люди в повседневной жизни воспринимают друг друга, и каков в их сознании образ той или иной нации. В свою очередь, представления о других оказываются частью собственного национального самосознания, «ибо «мы» – данная нация – обнаруживаем свое бытие прежде всего в отношении к «ним», к «другим». И то, как «нас» воспринимают «другие», оказывается одним из важных моментов для нашего собственного мироощущения».

Так что же такое менталитет и национальное самосознание?

Внешнеполитический менталитет, как справедливо отмечает С. Чугров, не менее важен, нежели внутривнутриполитический, поскольку позиционирование нации по отношению к внешнему миру имеет решающее значение для ее самоидентификации и формирования системы ценностных ориентаций, т. е. для основ национального бытия. Объединяя в себе чувственное, подсознательное отношение людей к определенным элементам мироустройства, он помогает осознать своеобразие восприятия и оценки нацией внешнеполитических процессов, оказывается необходимым для обеспечения ее единства и ощущения ею своей целостности на основе общих ценностей, норм и стандартов поведения, стереотипов сознания [1].

Даже для управления поведением в международной организации важно понимание особенностей национального менталитета.

Национальное самосознание – совокупность представлений, традиций и понятий представителей нации или этноса, позволяющих воспроизводить эту общность людей как целое и представлять каждого индивида, как члена единого и неделимого целого.

Специфика процесса формирования немецкого национального самосознания в Германском рейхе в контексте международных отношений

Формирование национального самосознания в Третьем Рейхе проходило под пропагандой идей Адольфа Гитлера, как идейного вождя и вдохновителя немецкого народа того времени. Немецкий народ, ослабленный Первой Мировой войной, развалом империи и обременительным Версальским договором, начал искать пути выхода из национального кризиса. В Германии начинает развиваться коммунистическая идея. Позже, в Мюнхене первый раз выступает молодой оратор, ветеран Первой мировой войны – Адольф Гитлер. С каждым выступлением Гитлер собирает все больше и больше слушателей. Теперь национал-социализм в Германии начинает вытеснять коммунизм. Гитлер ставит немецкую нацию, «арийскую расу», выше всех остальных наций, тем самым указывая на главенство немецкой нации. Умирает Гинденбург, и в результате демократических выборов к власти в Германии приходит Гитлер.

С фашистской геополитикой неразрывно связана и так называемая расовая теория гитлеровцев. Если фашистская геополитика оправдывала любые территориальные захваты гитлеровцев, то расизм являлся «правовой основой» массового уничтожения и порабощения населения захваченных стран для создания «жизненного пространства» Германии. Благодаря своим ораторским способностям и влиятельным членам НСДАП, карательным органам, Гитлер завладевает умами рядовых немцев, которые после речей Гитлера начинали винить во всех государственных бедах евреев.

Наряду с геополитикой фашистская расовая теория была положена в основу таких «теоретических» опусов нацистской партии, как «Майн кампф» и «Миф XX столетия». В речи на съезде фашистской партии в 1935 г. (Нюрнберг) Гитлер официально изложил принципы расовой теории и провозгласил ее основой внутренней и внешней политики фашистской Германии. Стремление к созданию «Тысячелетнего Рейха» к созданию «Арийского государства» привело к ужасающим последствиям, а именно ко Второй Мировой войне. Милитаристские амбиции Гитлера привели к огромным жертвам.

Как и в других диктатурах, были несогласные с политикой государства. Борьбой с диссидентами в Третьем Рейхе занималась политическая полиция – Гестапо, которое вело преследование инакомыслящих, недовольных и противников власти Адольфа Гитлера.

Почему данный этап германской истории наиболее точно подходит для формирования ответа на поднятый в статье вопрос? Все просто. Нет сомнения в том, что всегда было, есть и будет в Германии национальное самосознание, поскольку всегда у людей будет свое мнение относительно происходящего, никто не сможет за одно мгновение изменить чужое сознание. Так и А. Гитлер, который настойчиво шел к своей цели, делая умеренные шаги. С каждым разом он собирал все больше людей, которые желали прислушаться к нему и разделить его мнение, ибо страна в тот момент оказалась в далеко не выгодном положении, она была «опустошена» вследствие Первой Мировой войны. Им был нужен сильный лидер, который бы поднял дух народа. И они его нашли. Но это вовсе не означает, что точка зрения Адольфа Гитлера была принята всеми и сразу. Нет, было немало несогласных, которых по мере его дальнейших действий на политической арене становилось больше, а уверенность их в своей позиции крепчала. Ярким примером тому служат Оскар Шиндлер, Фридрих Паулюс и Вальтер фон Зейдлиц-Курцбах.

Оскар Шиндлер, немецкий промышленник, спасший около 1200 евреев во время Холокоста, предоставил им работу на своих заводах в Польше и Чехии. В своем интервью Эмилия Шиндлер, жена Оскара Шиндлера, рассказала, что «вторую [фабрику], в Судетах, он организовал исключительно с целью спасти людей. Ведь в Плешуве, под Краковом, фабрику закрыли

из-за приближения фронта, и все рабочие должны были отправиться в Освенцим. А в Брунлице он ничего не заработал» [2].

Зейдлиц же неоднократно обращался к немецким военачальникам с призывом выступить против гитлеровского режима или сложить оружие. Примером является письмо Вальтеру Моделю.

Сам генерал Фридрих Паулюс не стал исключением. Кроме перелома в войне постепенно произошел перелом и в его сознании. Он, поначалу убежденный нацист, влюбленный в Гитлера, стал антифашистом. Вследствие глубоких раздумий о судьбе этой самой родины, связавшей свою судьбу с ефрейтором Гитлером, он стал менять свои убеждения. И это – как, может быть, кому-то покажется – не дежурная фраза. Если бы германский военачальник оставался адептом гитлеризма и не пережил коренной перемены своих оценок происходящего, вряд ли советская сторона рискнула бы представить его на Нюрнбергском процессе над главными военными преступниками в качестве свидетеля. Одним из главных показателей иных взглядов немецких военнослужащих является заявление Паулюса в газете «Правда», в которой он говорил о необходимости мирного сосуществования государств с различным политическим строем, о будущей единой Германии, а также признался, что он, слепо выполняя приказ Гитлера, прибыл в Советский Союз как враг, но покидает эту страну как друг. Во время войны он обратился к немецким главнокомандующим с призывом, подписанным 50 военнопленными генералами, прекратить сопротивление, чтобы избежать бессмысленного кровопролития; 31 генерал и 8 полковников подписали обращение к немецкой армии с призывом повернуть оружие против Гитлера [3].

Нюрнбергский процесс

Международный процесс над главными немецкими военными преступниками (ноябрь 1945-го – октябрь 1946 гг.) стал одной из главных вех XX столетия. Впервые в истории перед судом предстали злоумышленники, завладевшие государством, сделавшие его орудием своих преступлений и развязавшие кровопролитную войну [4].

«Степень заинтересованности немецкого населения ходом Нюрнбергского процесса была невелика». Большинству граждан Германии процесс принес не только страх, но и облегчение: наказание главных военных преступников значило тогда еще и то, что с «попутчиков» режима – рядовых немцев – фактически снималась проблема вины и ответственности за преступления гитлеровского режима.

В условиях начинавшейся «холодной войны» продолжение деятельности Международного военного трибунала, тем более с участием представителей СССР, представлялось нежелательным. Иногда создавалось впечатление, что немецкие адвокаты играли в этих разбирательствах роль не меньшую, чем судьи и прокуроры. В Восточной же Германии задача искоренения фашизма понималась достаточно упрощенно.

В период же «эпидемии оправданий», которая в 1950 г. в значительной мере определила политический климат тех лет, резко выросло число оправдательных приговоров, полным ходом шла интеграция нацистских функционеров в государственные и экономические учреждения Федеративной Республики. В западногерманском общественном мнении, по словам Андреаса Айхмюллера, надолго утвердился «менталитет подведения черты под прошлым». Немцы отворачивались от позорных страниц своей истории.

Однако уже во время франкфуртского процесса против палачей Освенцима общество вернулось к мучительной проблеме национальной вины и национальной ответственности. В течение десятилетий «интенсивно шла смена ориентиров в понимании криминального характера национал-социализма». Извлечение уроков из истории «третьего рейха» заняло целую эпоху в германском общественном сознании, эпоху, которая включила активную жизнь трех поколений [5].

Уничтожение Берлинской стены

«Откройте тюрьму! Откройте ворота!» – такие лозунги скандировали демонстранты в Западном Берлине. Люди протестовали против действий руководства ГДР, в результате которых они оказались разлучены с друзьями, родственниками и коллегами по работе в восточной части города. За одну ночь невероятное количество людей мгновенно потеряли кто работу, кто друзей, кто родственников, кто квартиру. И все разом – свободу. Многие мириться с этим не смогли, и почти сразу начались побеги из Восточного Берлина в Западный. Поначалу проделывать это было не так сложно, но по мере роста и усиления комплекса Берлинской стены способы побега становились все более и более изобретательными и хитрыми.

Наиболее успешными, оригинальными и запоминающимися были: таран грузовиками, проезд на большой скорости под шлагбаумами на спортивных машинах, которые были слишком низкими, чтобы задеть шлагбаум, переплыв реки и озера, т.к. это был самый незащищенный участок ограждения. Неофициальные цифры арестов за побег (3221 человек), смертей (до 938 человек) и ранений (до 260 человек).

Падение Берлинской стены произошло 9 ноября 1989 г. Когда глава ГДР объявил, что можно будет выезжать из страны, имея специальную визу, народ не стал дожидаться этого. Миллионы граждан просто высыпали на улицу и направились к Берлинской стене. Пограничники не смогли сдержать такую толпу, и границы были открыты.

Таким образом, можно сделать вывод, что национальное самосознание является поворотным пунктом в формировании нации. Пока члены общности не осознали себя единым этническим целым, нации нет. Немецкая нация сформировалась одной из самых сильных, технологичных. Немцев принято считать очень пунктуальными и педантичными, и это, безусловно, так. В работе они ценят, прежде всего, аккуратность и исполнительность. Представители этой нации все делают на совесть, к другому они просто не приучены. Современное национальное самосознание и менталитет у немецкого народа сложился под натиском мучительной и местами позорной для них самих истории.

Из примера рассмотренных периодов истории Германии видно, что народ объединялся для решения конкретной проблемы только после того, как каждого лично затрагивала данная беда.

Сопrotивление нации имело место быть в случаях, когда народ лишался свободы, права на собственное слово и того, что им дорого. Ярким примером этого являются Третий Рейх и падение Берлинской стены. Народу Германии того времени нужен был толчок и сильный лидер, чтобы они начали бороться, им нужно было понимание, что именно они вершат историю и решают, чему быть и кому управлять страной.

И, да, пусть попытки немецких генералов не увенчались успехом, но они могли бы послужить во благо государству, на пути к прекращению бесполезного и бессмысленного кровопролития. И не столь важно, что они не дали результатов, а покушения на Гитлера провалились – пускай. Зато народ, военачальники понимали, что им есть, за что бороться, им нужно бороться и пытаться, даже ценой своей жизни и чести перед теми, кто мог бы не понять их на родине.

Библиографический список

1. «Понятие внешнеполитического менталитета и методология его изучения» Чугров С., 2007 г.
2. Статья из ежемесячника «Совершенно секретно» Леонида Велехова No.11/150 «Авантюрист и гуманист».
3. Безбородова И. "Генералы вермахта в советском плену".
4. «Процессы над нацистскими преступниками и германская общественность. Оккупационный период, ранние годы ФРГ и ГДР» Клеменс Фолльнхальз и Йорг Остерло.
5. Begegnungen Feindlicher Brüder. Zum Verhältnis von Anarchismus und Marxismus in der Geschichte der sozialistischen Bewegung. Münster: UNRAST-Verlag, 2011. 193 s. Перевод: Александр Борозняк.

УДК 339.7

Д. Р. Иконников

студент кафедры международных экономических отношений

Б. М. Лебедев

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР ЕС В ПЕРИОД ЕВРОПЕЙСКОГО ДОЛГОВОГО КРИЗИСА

Европейский долговой кризис – долговой кризис ряда европейских государств, начавшийся в 2009 г. и продолжающийся до настоящего времени.

Для того чтобы выбраться из европейского долгового кризиса, странами Европейского Союза были предприняты меры, которые будут описаны ниже.

Основные действия связаны с политикой жесткой экономии – разновидность бюджетной политики государственного аппарата страны, переживающей тяжелое в финансово-экономическом отношении время. В случае европейского долгового кризиса такая политика была вызвана кризисом перекредитования, дефицитом бюджета. Началась в 2010 г. Ее суть сводилась к сокращению расходов и поднятию налогов в государствах с дефицитом бюджета. Такими действиями государства с большим дефицитом бюджета (Греция, Португалия, Испания, Ирландия и др.) стремились снизить государственный долг. При этом государства с профицитом бюджета (Германия) не принимали участие в этой политике. На практике подобные меры, наоборот, ведут к увеличению государственного долга. На рис. 1 показано, к чему приводит такая политика.

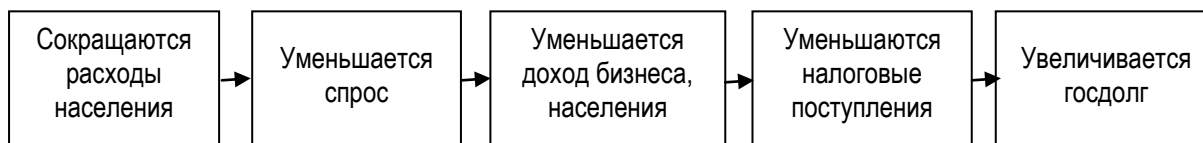


Рис. 1. Увеличение госдолга через сокращение расходов населения

Вместо уменьшения долга получается его увеличение. Если подобные ребалансировки происходят в одностороннем порядке в странах с дефицитом бюджета, то политика жесткой экономии приведет к повышению безработицы, снижению спроса, снижению ВВП и, в конечном счете, к дефляции.

Европейские страны, понимая, что ситуация не улучшается, приняли в 2011 г. «Euro-Plus Pact», изначально названный «Пакт Конкурентоспособности». В пакте прописаны четыре основные цели: повышение конкурентоспособности, повышение занятости, повышение устойчивости публичных финансов, повышение финансовой стабильности [1]. Примечательно, что эти стратегические цели необязательны для исполнения всеми странами. В пакте говорится, что «выбор конкретных действий, необходимых для достижения общих целей является ответственностью каждой страны».

Конкурентоспособность – важнейший компонент «Пакта Конкурентоспособности». Данный пункт, как сказано выше, не обязателен для исполнения всеми странами. Если и здесь, как и в политике жесткой экономии будет применен односторонний подход, то странам с дефицитом бюджета придется нести бремя в одиночку. Страны-заемщики понижают спрос, урезают зарплаты и занятость, снижают объем и номенклатуру государственных услуг, социальную защиту, и, как следствие, уменьшают благосостояние государства. В свою очередь, страны-кредиторы увеличивают еще больше выдачу кредитов и гарантий, чтобы поддержать стран-заемщиков и избежать краха финансовой системы Европейского Союза. Как следствие, происходит снижение спроса и дефляция, что показано на рис. 2. Такие меры никак нельзя назвать эффективными.

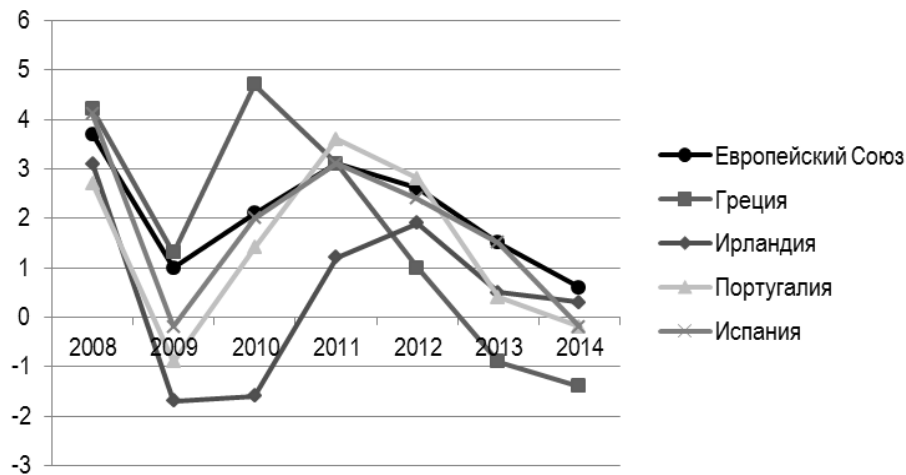


Рис. 2. Инфляция (дефляция) в Европейском Союзе и некоторых странах
Источник: Евростат [2]

На рис. 2 показана инфляция по всему Европейскому Союзу, а также по странам с наиболее бедствующими экономиками, где инфляция уже перешла в дефляцию.

Чем опасна дефляция? Во-первых, дефляция оказывает негативное влияние на потребление, поскольку люди надеются, что все в будущем еще больше подешевеет, а это тормозит рост спроса и, как следствие, экономики. Дефляция также негативно влияет на инвестиции. Второе, и самое опасное, это долговая дефляция. Долговая дефляция – термин, придуманный экономистом Ирвингом Фишером: если цена товара снижается быстрее, чем уменьшаются долги, реальная стоимость частных долговых обязательств со временем увеличивается [3]. Пример: человек взял в кредит \$2 млн на покупку дома под 6% годовых. Инфляция при этом составляет 2% годовых. Реальная ставка по кредиту – 4% годовых (6%–2%). Если инфляция в 2% годовых превращается в падение цен на 1% за год, то получается, что деньги стали дороже, а номинальная ставка по кредиту в 6% годовых превращается в реальную ставку 6%+1% = 7% годовых. Таким образом, при переходе от инфляции 2% к дефляции 1%, долговое бремя должников растет на 3% годовых (7%–4%). Поскольку дефляция усиливает долговое бремя, она увеличивает вероятность наступления дефолтов.

Для того чтобы политика жесткой экономии была эффективной, нужен дифференцированный подход. Необходим баланс: в одних странах с дефицитом бюджета проходит политика экономии (уменьшение зарплат, падение цен), а в странах с профицитом бюджета проходит политика расходов (увеличение спроса, импорта, повышение зарплат, инфляция). Таким образом, будет соблюден баланс внутри Европейского Союза.

Поскольку принятые прежде меры не доказали свою эффективность, страны Евросоюза перешли к более решительным мерам и в 2012 г. приняли «Фискальный Договор» или формально «Договор о Стабильности, Координации и Управлении в Экономическом и Монетарном Союзе». На данный момент договор ратифицирован 25 странами Европейского Союза за исключением Великобритании, Хорватии и Чехии. По сути, новый договор – это более жесткая версия «Пакта Стабильности и Роста», принятого в 1997 г и касающегося налоговой и бюджетной политики. Важным в «Фискальном Договоре» стало введение штрафных санкций в размере 0,1% ВВП в отношении стран, которые не вносят поправок в законодательство своей страны. Вдобавок, структурный дефицит не должен превосходить 0,5% (или 1% если государственный долг менее 60% ВВП) ВВП. Действия должны быть применены через 1 год после вступления договора в силу. Действия состоят в том, что если, например, страна имеет долг более 60% ВВП, то она долж-

на уменьшать его на 5% в год от процентов сверх долга 60% ВВП. В противном случае будут применены санкции. В настоящее время лишь Германия соответствует требованиям фискального договора полностью. 12 стран принимают меры (действия) для того, чтобы соответствовать «Пакту Стабильности и Роста» и требованию по структурному долгу, 15 стран – не выполняют условия обоих договоров, поскольку их действия (бездействия) не приводят к приближению к соответствию пакту и требованию.

Помимо пактов Европейский Союз принимал и другие антикризисные меры. 9 мая 2010 г. был создан Европейский Фонд Финансовой Стабильности, целью которого была поддержка финансовой стабильности в Европе путем предоставления финансовой помощи странам еврозоны, которые имеют проблемы в экономике. Фонд состоит из гарантий стран-членов еврозоны на сумму 440 млрд евро. Параллельно был создан Европейский Финансовый Стабилизационный Механизм, состоящий из гарантий Европейской Комиссии на сумму 60 млрд евро. Вдобавок МВФ гарантирует 250 млрд евро, что делает суммарно возможную помощь на сумму 750 млрд евро. Европейский Фонд Финансовой Стабильности активно использовался Ирландией, Грецией, Португалией и Испанией, что сократило средства фонда до 148 млрд евро к середине 2012 г.

На смену Европейскому Фонду Финансовой Стабильности и Европейскому Финансовому Стабилизационному Механизму 27 сентября 2012 г. пришел Европейский Стабилизационный Механизм. Он состоит из 80 млрд евро взносов в капитал, и 620 млрд евро, если необходимо, будет внесено через выпуск облигаций Европейского Стабилизационного Механизма на рынке капитала. Каждая страна вносит долю пропорционально номинальному ВВП. К примеру, взносы Испании составили 11,9% от общих взносов всех стран. Общая сумма гарантий Испании составила 92,8 млрд евро. Однако если учесть, что внешний долг Испании составляет 2278 млрд евро [4] или 164% от ВВП на 31 декабря 2012 г., эффективность подобного механизма остается под вопросом. Страна с таким большим долгом вряд ли может служить надежным гарантом. Более того, Испания уже взяла 41,3 млрд евро из этого фонда.

В общем, финансовой помощи было выделено восьми странам Еврозоны на сумму 487,75 млрд евро на сокращение госдолга и стабилизацию экономики. За период с начала выдачи помощи по конец 2014 г. государственный долг возрос на 354,18 млрд евро [5].

На основании анализа, проведенного по антикризисным мерам ЕС в период европейского долгового кризиса, можно сделать вывод, что они были неэффективными, поскольку госдолг Европейского Союза возрос, а не уменьшился, как это предполагалось в антикризисной программе предоставления финансовой помощи. Программы не способствовали сокращению госдолга, госдолг лишь увеличился. В целом, выход из кризиса должен быть. Важнейшим показателем будет время.

Библиографический список

1. http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/120296.pdf Euro-Plus Pact
2. <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tec00118&plugin=1> Евростат. Инфляция.
3. Нуриэль Рубини: как я предсказал кризис. Экстренный курс подготовки к будущим потрясениям. Эксмо, 2011 г.
4. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2079rank.html> Внешний долг по странам.
5. <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&pcode=teina230&language=en> Евростат. Госдолг.

А. В. Ишханов

магистрант кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

РАСЧЕТ ДОЛИ ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА В СТРУКТУРЕ КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ ЗАДАННОМ УРОВНЕ БАНКРОТСТВА В ОТРАСЛЕВОМ РАЗРЕЗЕ

Структура капитала организаций отражает соотношение всех форм собственного и всех форм заемного капитала, привлекаемых для финансирования и развития организаций. Одной из основных задач управления структурой капитала является нахождение оптимального соотношения его заемной и собственной частей, т. е. такого соотношения, которое обеспечивает максимальную рыночную оценку всего капитала, а, следовательно, и самой организации. Формирование оптимальной структуры капитала – сложная, неоднозначная проблема корпоративных финансов. Трудности, возникающие при попытке определения оптимального соотношения собственной и заемной частей капитала, могут быть разделены на несколько аспектов:

- при первоначальном анализе финансовой отчетности компании не учитываются факторы, влияющие на структуру капитала, анализ проводится по данным прошедших периодов;
- определение оптимальной структуры капитала требует применения методологических основ, т. е. использования различных моделей, включающих в себя ряд необходимых показателей оценки оптимальности источников структуры капитала;
- количественные оценки необходимо дополнить качественным анализом, представленным в виде оценки влияния ряда внутренних и внешних факторов на структуру капитала организаций.

В экономической литературе определен ряд методов, использующихся на практике для оценки оптимизации структуры капитала.

Одним из наиболее распространенных является метод затрат на капитал, т. е. метод оптимизации структуры капитала по критерию его стоимости. Стоимость капитала дифференцируется в зависимости от источников его формирования, и в процессе оптимизации структуры капитала по данному критерию исходят из возможностей минимизации средневзвешенной стоимости капитала (WACC). В рамках данного метода рассматриваются различные условия привлечения заемного капитала, а также реализуются многовариантные расчеты стоимости капитала. Данный метод подробно описан в учебных изданиях ряда авторов: Джеймса К. Ван Хорна, Джона М. Ваховича [2], Юджина Ф. Бригхэма, Майкла С. Эрхардта [1], Т. В. Тепловой [7], В. В. Ковалевой [6] и др.

Метод оптимизации по соотношению операционного и финансового рычагов рассматривает различные соотношения ряда показателей деятельности организации: выручки, операционной прибыли, производственных и финансовых расходов; а также оценивает влияние данных показателей на чистую прибыль организации. Подробное описание данного метода можно найти в работах Дж. Вихри [3]. Преимуществом рассматриваемого метода является возможность учета влияния коммерческих условий производства на чистую прибыль и доходность владельцев собственного капитала при выборе различной структуры капитала.

Метод EBIT-EPS основывается на поиске оптимального соотношения заемных и собственных средств исходя из предположения о прямой зависимости доходности от риска. В рамках данного метода оптимальной структурой капитала является такая структура, при которой достигается максимальный уровень чистой прибыли на акции при минимальном финансовом риске, характеризуемом уровнем финансового рычага – риск преобразования прибыли до уплаты про-

центов и налогов (ЕВIT) в чистую прибыль (EPS). Метод EBIT-EPS подробно освещен в трудах Т. В. Теплоной [7], В. В. Ковалева [6]. К основным недостаткам данного метода можно отнести:

- рассмотрение альтернативных вариантов финансирования без учета возможности их комбинации;

- расчет максимального значения EPS, а не рыночной стоимости организации.

Метод оценки эффекта финансового рычага направлен на оценку максимизации рентабельности собственного капитала за счет выявления взаимосвязи между величиной валовой прибыли и чистой прибыли организации и привлечением заемного капитала. Описание данного метода представлено в трудах Ю.В. Загайновой [4]. Недостатком рассматриваемого метода является то, что он не учитывает внутреннюю структуру собственных и заемных средств и определяет собственные средства организации как бесплатные, что не соответствует действительности.

Метод операционной прибыли направлен на определение допустимого уровня доли заемных средств в структуре капитала организации путем выявления вероятности банкротства организации на основе анализа изменчивости ее прибыли. Для каждого уровня финансового рычага определяется вероятность банкротства и сравнивается с неким заданным значением. При этом целевым размером финансового рычага выступает тот, при котором вероятность банкротства равна заданной пороговой величине. Метод подробно изложен в трудах И. В. Ивашковской и А. Куприянова [5]. Недостатком данного метода является то, что он предполагает независимость размера прибыли от финансового рычага организации. Достоинство данного метода заключается в том, что он дает предварительную оценку для нахождения оптимальной структуры капитала организации и может являться экспресс-методом.

Метод операционной прибыли вполне применим на практике, и результаты исследования, проведенного на его основе, напрямую зависят от точности оценки вероятности распределения будущей прибыли организации. Таким образом, важную роль играет выбор метода оценки вероятности банкротства для определения оптимальной структуры капитала. В зарубежной экономической литературе существует большое количество научных работ, посвященных данной проблеме. Первые эмпирические исследования представлены в работах Бивера [9], Альтмана [8], где используются факторные методы оценки с расчетом весовых коэффициентов каждого из используемых факторов. Данные модели широко используются и адаптируются в российской практике для оценки вероятности наступления банкротства. К современным зарубежным исследованиям в данной области можно отнести работы Леланда и Тофта [11], Ван дер Виджса [13], Философова [12], Хаффмана, Шелленгера [10], где разработаны различные модификационные модели, основанные на модели Альтмана, а также модели с применением метода пробит – (probit) и логит – (logit) анализа.

В данной статье для определения допустимого уровня заемного капитала в общей структуре капитала организаций используется метод операционной прибыли. В качестве базовой модели используется модель оценки вероятности банкротства Ван дер Виджса. Банкротство в данном случае описывается как вероятность того, что прибыли не хватит на погашение текущей части заемного капитала и покрытие процентов по займам, т.е. как неспособность организации осуществлять текущие выплаты по займам. Эту часть прибыли года n можно назвать долговой нагрузкой на прибыль и обозначить R (приходящаяся к погашению в данном году часть заемного капитала и проценты). Показатель прибыли x рассчитывается как прибыль до выплаты процентов по кредитам и до налогов на прибыль (ЕВIT, earnings before interest & tax), для учета эффектов от заемного капитала. Таким образом, условие банкротства для периода n выглядит следующим образом(1):

$$F = \tilde{x} < R, \quad (1)$$

где \tilde{x} – изменчивость прибыли до вычета процентов и налогов за n периодов; R – заемный капитал и проценты, подлежащие уплате в периоде n .

Допустим, что операционная прибыль (x) нормально распределена (с распределением ожидаемого денежного потока μ_x и стандартным отклонением σ_x) и не зависит от структуры капитала. Тогда можем описать вероятность наступления банкротства в зависимости от величины финансового рычага следующей формулой (2):

$$F = 1 - \frac{B(R)f(R)}{\tau}, \quad (2)$$

где F – вероятность банкротства организации; $B(R)$ – функция издержек банкротства; $f(R)$ – функция распределения потока; τ – ставка налога на прибыль.

Так как переменные, используемые в данной модели, отвечают за вероятность какого-либо события, относящегося к будущему времени, непосредственно их измерить невозможно. Для этого используются прокси-переменные, определенные на основе показателей, оценивающих деятельность и финансовое состояние организаций в настоящий определенный период времени. В данной модели используются следующие прокси-переменные:

– доля заемного капитала (коэффициент финансового рычага) (R) – отношение заемного капитала к общей сумме активов $\frac{DEBT}{TA}$;

– налоговая ставка (τ) – ставка налога на прибыль, равная 20% ($T = 0,2$);

– ожидаемый поток прибыли $\mu(x)$ – отношение суммы чистой прибыли и амортизации к общей сумме активов $CF = \frac{\text{netprofit} + \text{depreciati}}{\text{totalassets}}$;

– стандартное отклонение (σ_x) – стандартное отклонение потока прибыли за исследуемый период;

– издержки банкротства ($B(R)$) – натуральный логарифм от размера компании ($\ln(\text{sales})$).

В качестве объекта исследования произведена выборка коммерческих организаций, функционирующих в Российской Федерации в 12 отраслях российской экономики. Общий объем выборки составляет 1457 организаций. В выборку вошли следующие отрасли: металлургическая (156 организаций), нефтегазовая (165), оптово-розничная (101), электроэнергетическая (125), телекоммуникационная (140), горнодобывающая (159), деревообрабатывающая (122), пищевая (106), химическая (105), текстильная (139), строительная (59), сельскохозяйственная (80). Исследование проводилось путем сбора годовой финансовой отчетности с использованием информационно-статистической базы Ruslana. Общий период исследования составил 11 лет, начиная с 2000 г. и заканчивая 2010 г. В расчетах и оценках используется заданный уровень вероятности банкротства (согласно модели оценки вероятности банкротства Альтмана): высокая вероятность банкротства – от 80%, средняя вероятность банкротства – 50%, малая вероятность банкротства – 30%. Для каждого значения вероятности рассчитаем долю заемного капитала по каждой отрасли, используя формулу (3):

$$F(R) = 1 - \frac{B(R)}{\tau} \exp\left(-\frac{(R - \mu)^2}{2\sigma^2}\right). \quad (3)$$

Результаты оценки доли заемного капитала в структуре капитала для каждого уровня вероятности представлены в таблице.

Расчеты доли заемного капитала в структуре капитала организаций при заданном уровне банкротства в отраслевом разрезе

Отрасль	Уровень банкротства	Издержки банкротства	Ожидаемый поток μ	Стандартное отклонение σ^2	Ставка налога на прибыль τ	Структура капитала при уровне банкротства R
Металлургическая	0,3	15,67	14,27	637,08	0,2	0,41
	0,5	15,67	14,27	637,08	0,2	0,48
	0,8	15,67	14,27	637,08	0,2	0,62
Нефтегазовая	0,3	16,44	10,49	294,10	0,2	0,35
	0,5	16,44	10,49	294,10	0,2	0,39
	0,8	16,44	10,49	294,10	0,2	0,47
Оптовая розничная	0,3	16,94	10,41	407,11	0,2	0,37
	0,5	16,94	10,41	407,11	0,2	0,42
	0,8	16,94	10,41	407,11	0,2	0,52
Электроэнергетическая	0,3	15,10	9,49	607,37	0,2	0,36
	0,5	15,10	9,49	607,37	0,2	0,42
	0,8	15,10	9,49	607,37	0,2	0,56
Телекоммуникационная	0,3	13,99	11,16	1714,72	0,2	0,11
	0,5	13,99	11,16	1714,72	0,2	0,43
	0,8	13,99	11,16	1714,72	0,2	0,76
Горнодобывающая	0,3	11,83	10,61	382,37	0,2	0,31
	0,5	11,83	10,61	382,37	0,2	0,37
	0,8	11,83	10,61	382,37	0,2	0,48
Деревообрабатывающая	0,3	11,71	8,04	369,82	0,2	0,28
	0,5	11,71	8,04	369,82	0,2	0,34
	0,8	11,71	8,04	369,82	0,2	0,45
Пищевая	0,3	12,94	7,27	216,25	0,2	0,27
	0,5	12,94	7,27	216,25	0,2	0,31
	0,8	12,94	7,27	216,25	0,2	0,38
Химическая	0,3	13,58	15,46	628,33	0,2	0,39
	0,5	13,58	15,46	628,33	0,2	0,47
	0,8	13,58	15,46	628,33	0,2	0,62
Текстильная	0,3	11,72	6,91	300,04	0,2	0,27
	0,5	11,72	6,91	300,04	0,2	0,31
	0,8	11,72	6,91	300,04	0,2	0,41
Строительная	0,3	14,07	5,29	297,63	0,2	0,28
	0,5	14,07	5,29	297,63	0,2	0,32
	0,8	14,07	5,29	297,63	0,2	0,41
Сельскохозяйственная	0,3	12,00	9,82	445,57	0,2	0,31
	0,5	12,00	9,82	445,57	0,2	0,37
	0,8	12,00	9,82	445,57	0,2	0,49

Полученные результаты отражают оптимальную структуру капитала для каждой отрасли при заданном уровне банкротства.

Библиографический список

1. Бригхэм Ю. Ф., Эрхардт М. С. Финансовый менеджмент. СПб: Питер, 2007.
2. Ван Хорн Д. К., Вахович Д. М. Основы финансового менеджмента. М.: Вильямс, 2010.
3. Вихри Дж. Основы финансового менеджмента. М.: Вильямс, 2008.
4. Загайнова Ю. В. Финансовый леверидж как показатель оптимальности структуры капитала компании // Науч. зап. НГУЭУ, 2006.
5. Ивашковская И. В., Куприянов А. Структура капитала: резервы создания стоимости для собственников компании // Управление компанией. 2005. № 2. С. 1–5.
6. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. М.: Инфра-М, 2011.
7. Теплова Т. В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями / Под ред. Тепловой Т. В. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
8. Altman, E. I. (1984), The Success of Business Failure Prediction Models. Journal of Banking and Finance, 8 (1984) 171–198.
9. Beaver W. (1968), Market Prices, Financial Ratios and Prediction of Failure, Journal of Accounting Research, 6(2) (1968) 179–192.
10. Huffman, S., Schellenger, M. (2009), VaR as a Determinant of Capital Structure and Bankruptcy Prediction, Financial Decisions, 5 (2009).
11. Leland H. E., Toft, K. B. (1996), Optimal Capital Structure, Endogenous Bankruptcy, and the Term Structure of Credit Spreads, The Journal of Finance, 3(51) (1996) 987–1019.
12. Philosophov L. V., Batten J. A., Philosophov V. L. (2008), Predicting the event and time horizon of bankruptcy using financial ratios and the maturity schedule of long-term debt, Financial Economy 1 (2008) 181–212.
13. Van der Wijst, D. (1989), Financial Structure in Small Business: Theory, Tests and Applications. Berlin. Heidelberg: Springer-Verlag.

УДК 336.647/.648

А. В. Ишханов

магистрант кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

УПРАВЛЕНИЕ ДОЛГОВЫМ ПОРТФЕЛЕМ КОМПАНИИ

Привлечение заемных средств является составной частью финансовой политики любой компании. Однако чтобы достичь целей бизнеса, не потеряв при этом финансовой устойчивости, долгами необходимо управлять. Процесс управления долговым портфелем компании можно разделить на несколько основных этапов: определение потребности в долговом финансировании и структуры долговых обязательств, выбор наиболее подходящих условий привлечения, а также контроль исполнения кредитного плана.

При планировании объема долговых обязательств компания должна стремиться, не только, удовлетворить собственные потребности в заемных средствах, но и обезопасить себя от риска неплатежеспособности и сохранить финансовую устойчивость. Поэтому предельный размер заимствований определяется исходя из показателей кредитоспособности компании. Это могут быть такие показатели, как лимит по сумме ликвидных активов и лимит по сумме собственных средств. Источником информации для их расчета являются бухгалтерская отчетность и данные управленческого учета.

Лимит по сумме ликвидных активов определяется вычитанием из суммы всех активов баланса низколиквидных активов. В низколиквидные активы входят:

- итога раздела I бухгалтерского баланса;
- сумма долгосрочной (более 12 месяцев) дебиторской задолженности;
- величина запасов в незавершенном производстве.

Общая сумма заемного капитала не должна превышать лимита, рассчитанного по сумме ликвидных активов. Возможны варианты, когда суммой ликвидных активов ограничивается объемом только краткосрочного заемного финансирования. Если задолженность превысит лимит по

сумме ликвидных активов, то руководство компании должно предпринять меры по нормализации ситуации.

В случае если сумма заемного капитала ограничивается величиной не только ликвидных активов, но и собственных средств сумма заемных средств будет определяться по значению наименьшего из двух лимитов.

Соотношение суммы заемного капитала и собственных средств позволяет определить степень зависимости компании от заемного финансирования. Чем меньше это соотношение, тем ниже уровень финансового риска (данный коэффициент должен быть меньше или равен 1).

Следует отметить, что лимиты заимствований необходимо периодически пересматривать с учетом особенностей деятельности компании. Например, если компания ведет активную инвестиционную деятельность, то при расчете лимитов долгосрочные заемные средства могут не учитываться.

В течение года финансово-хозяйственная деятельность компании должна осуществляться таким образом, чтобы на конец каждого квартала (или иную отчетную дату) объем заимствований находился в пределах выбранных компанией показателей кредитоспособности.

Целесообразно разработать три варианта плана привлечения финансирования в компанию (кредитного плана):

- агрессивный (предполагает крупные объемы заимствований на короткий период времени для направления в основном в инвестиционную деятельность);
- умеренный (согласно этому плану привлеченные средства планируется направить на текущую деятельность);
- сокращенный (сводится к привлечению заемных средств только в случае крайней необходимости, для погашения задолженности, в том числе поставщикам).

В зависимости от варианта плана формируется структура долгового портфеля, то есть определяются виды финансовых инструментов, условия и способы их привлечения.

При формировании долгового портфеля компания определяет в нем долю краткосрочных и долгосрочных заемных средств. Как правило, краткосрочные кредиты и займы используются для пополнения оборотных средств компании, долгосрочные – для финансирования инвестиционной деятельности¹.

Соотношение долгосрочных и краткосрочных заемных ресурсов в долговом портфеле зависит от целого ряда факторов: стратегии развития компании, специфики бизнеса, колебаний рыночной конъюнктуры. Например, при снижении средней ставки ссудного процента использование ранее полученного долгосрочного кредита может оказаться невыгодным. Немаловажны также скорость и стоимость привлечения займов: процесс оформления краткосрочных займов требует меньше времени, а ставки по ним обычно ниже, чем по долгосрочным.

На структуру долгового портфеля также оказывают влияние сложность процедуры привлечения и условия, которые выдвигают кредиторы. Например, предоставление заемного финансирования в нужном компании размере может потребовать оформления гарантий третьих лиц или залога, которого у нее может и не быть. Если при этом финансирование носит целевой характер, можно воспользоваться инвестиционным банковским кредитом, оформив его под залог внеоборотных активов заемщика.

Наконец, при определении видов заемных средств в долговом портфеле важными для компании моментами могут быть сумма заемных средств и стремление приобрести публичную кредитную историю. Если предприятие нуждается в существенной сумме, стремится в будущем стать публичным и расширить свои возможности как заемщика, то оно может привлечь средства на рынке ценных бумаг путем выпуска вексельных или, что несколько сложнее, облигационных займов. Это достаточно эффективные способы заимствований, не предусматривающие залога. Однако от эмитента потребуются своевременно выплачивать купонный доход держателям обли-

¹ Материалы сайта www.globfin.ru

гаций, чтобы не испортить кредитную историю, а также выполнять требования ФСФР России к соответствующим инструментам.

Чтобы выбрать наиболее подходящий вариант финансирования, компании следует взвесить преимущества и недостатки различных способов, а также оценить эффективность заимствования путем сопоставления результата привлечения заемных средств с затратами на их получение и обслуживание.

Одним из основных критериев выбора условий привлечения заемных средств должна стать минимизация расходов по их обслуживанию. При этом принимаются в расчет:

- тарифы на услуги, комиссии и прочие дополнительные условия, связанные с обслуживанием и погашением кредитов и займов;
- уровень процентных ставок, сложившийся на финансовом рынке;
- сроки привлечения;
- расходы на юридические, консультационные услуги и т. д.

Все это, а также сам набор оказываемых кредитными учреждениями услуг в конечном итоге повлияет и на выбор кредитора. Например, далеко не каждый банк может предоставить заемщику требуемый объем средств или, к примеру, промежуточное финансирование.

Компания может провести конкурс (открытый или закрытый) по выбору кредиторов или организаторов заимствований. В рамках приглашения к участию в конкурсе указываются параметры и условия предполагаемого заимствования. Например, если компания проводит выбор организатора облигационного займа, то запрашиваются перечень предполагаемых услуг, минимальная гарантированная ставка купона, размер вознаграждения, стоимость связанных с организацией облигационного займа услуг третьих лиц, возможность промежуточного финансирования и т. д.

Привлечение заемного финансирования связано для компании с определенными рисками. Это может быть снижение финансовой устойчивости в результате превышения лимита заимствований, неплатежеспособность из-за ошибок при составлении графика погашения долгов или нехватки высоколиквидных активов и многое другое. Чтобы рационально использовать заемные средства и управлять ими с максимальной для компании выгодой, на основе бюджета и плана инвестиционного развития составляется кредитный план (или план привлечения финансирования).

Для разработки кредитного плана автор предлагает использовать программу Microsoft Project. Эта программа не только дает возможность просчитывать любые параметры заимствований и представлять их в табличной форме, но и выводить структуру долга в виде диаграммы Ганта на любой период времени.

Чтобы контролировать исполнение кредитного плана, менеджмент компании ежеквартально отслеживает соблюдение лимитов заимствований, уровни показателей кредитоспособности, а также вносит в план необходимые корректировки.

Так, в случае превышения лимита заимствований разрабатывается план нормализации кредитного портфеля компании. В процессе его составления определяется объем превышения лимита заемных средств, анализируются причины и возможные последствия такого превышения. Затем устанавливаются сроки мероприятий по приведению объема заимствований в соответствие с показателями кредитоспособности. Для этого компания может использовать резерв погашения долга – специальный фонд, который формируется за счет перечисления в него части выручки и иных денежных поступлений, направленных на погашение задолженности. Поступившие в компанию денежные средства направляются на погашение кредитов и займов не сразу, а в сроки, определенные для их погашения¹.

Кредитный план компании может корректироваться в течение года не только в связи с превышением лимитов заимствований или просрочкой погашения долга. Так, если на финансовом рынке наблюдаются неблагоприятные изменения процентных ставок, то компания может пере-

¹ Материалы сайта www.globfin.ru

смаатривать соотношение долгосрочных и краткосрочных кредитов в пользу последних. Или, например, цена на продукцию того или иного вида резко выросла. В такой ситуации компания сможет обойтись собственными средствами, и не исключено, что она вовсе откажется от кредитования.

Долговой портфель может включать самые разные инструменты, что позволяет компании, с одной стороны, выполнить стоящие перед ней задачи, а с другой – за счет диверсификации источников финансирования снизить риск финансовой неустойчивости. Что касается распоряжения полученными средствами, то ни в коем случае нельзя допускать просрочек платежей. Подобное неисполнение обязательств может существенно подпортить кредитную историю компании, сделав ее непривлекательной для будущих кредиторов и инвесторов.

УДК 519.95.01

С. М. Каплунов

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Т. Ф. Осипова

научный руководитель

UML-МОДЕЛЬ УЧЕТА КРЕДИТОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В БАНКЕ

Моделирование на основе RUP-технологии используется менеджерами для проектирования информационных систем, обеспечивающих быстрое и правильное выполнение бизнес-процессов [1]. Инструменты моделирования включают большое число различных методов, начиная с системного моделирования [3] и кончая моделированием с помощью хорошо известного объектно-ориентированного метода [2].

Моделирование бизнес-процессов стало популярным особенно в последнее время, вследствие появления соответствующих стандартов и поддерживающих их CASE-средств. При этом, прежде всего, необходимо описать деятельность бизнес-процессов в организации. Сюда включаются описания деловых объектов, в частности, подразделения, ресурсы, роли, операции и т. д. В бизнес-процессе указываются связи между объектами и формируются требования к информационной системе, их соответствующее содержание и определяются цели автоматизации [5]. Следовательно, модель бизнес-процесса – это компактное, упрощенное представление об автоматизированном бизнесе, предназначенное для целостного представления и анализа деятельности всей совокупности взаимосвязанных объектов бизнеса. Создание такой модели может использоваться как один из шагов проектирования всего бизнес-процесса организации. Актуальность предлагаемой работы состоит в том, что при моделировании приходится иметь дело с выбором конкретного метода из достаточно большого спектра существующих методов. Следуя предложениям работы [1], построим процесс моделирования с помощью RUP-технологии. Результатом моделирования должно быть описание бизнес-процесса, содержащее совокупность UML-диаграмм. Работа над проектом в среде Rational Rose начинается с общего анализа проблемы и построения диаграммы вариантов использования, которые отражают функциональное назначение проектируемой программной системы.

Первая модель постановки задачи бизнес-процесса построена как диаграмма прецедентов. Результат показан на рис. 1.

При создании диаграммы представления использования нужно определить действующие лица, которые будут иметь непосредственное отношение к работе в бизнес-процессе. Для разрабатываемой модели действующим субъектом будет Кредит.

Следующим этапом разработки модели является создание автоматизируемых объектов. Нужно автоматизировать следующие объекты: Банк, Документы и Пользователи системы (рис. 2). При заполнении базы данных источником данных являются заявление и паспортные

данные. Эти документы будут входными для автоматизируемой системы (рис. 3). В бизнес-процессе должна быть обеспечена выдача следующих документов: договор на кредит, расчетный договор. Эти документы будут выходными (рис. 4). В бизнес-процессе предполагается, что возможность работы с информацией в банке будут иметь только клерк, администратор базы данных и оператор. Они смогут вносить изменения, заполнять, добавлять данные (рис. 5).

На следующем этапе моделирования создается диаграмма «Используемые данные», которая отображает взаимодействие выделенных объектов системы. Она сделана на основании изучения действий пользователей. Актеры данной модели соответствуют сущностям логической модели системы. Смысловое содержание построенной диаграммы (рис. 6) заключается в следующем: Клиент берет кредит, выбирает вид кредита, назначает поручителя, закладывает залог и рассчитывает выплаты.

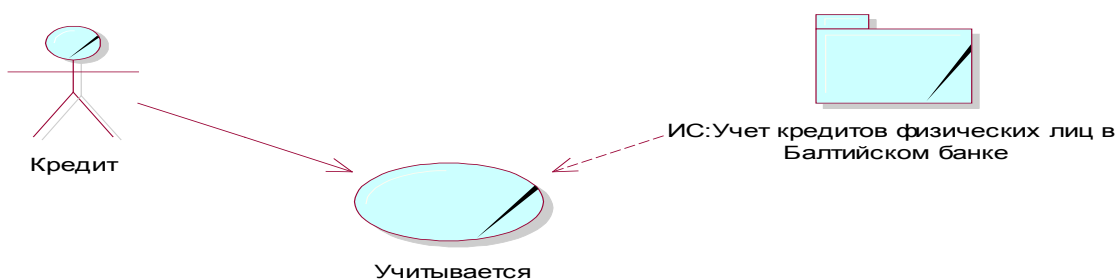


Рис. 1. Постановка задачи «Учет кредитов физических лиц в банке»

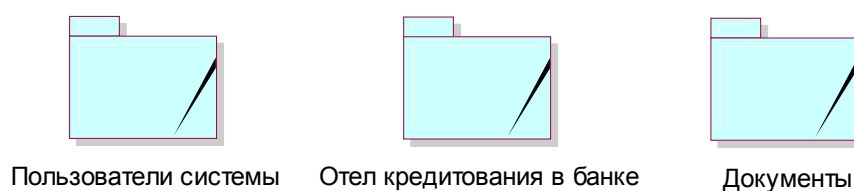


Рис. 2. Объекты автоматизации



Рис. 3. Входные документы



Рис. 4. Выходные документы



Рис. 5. Пользователи системы

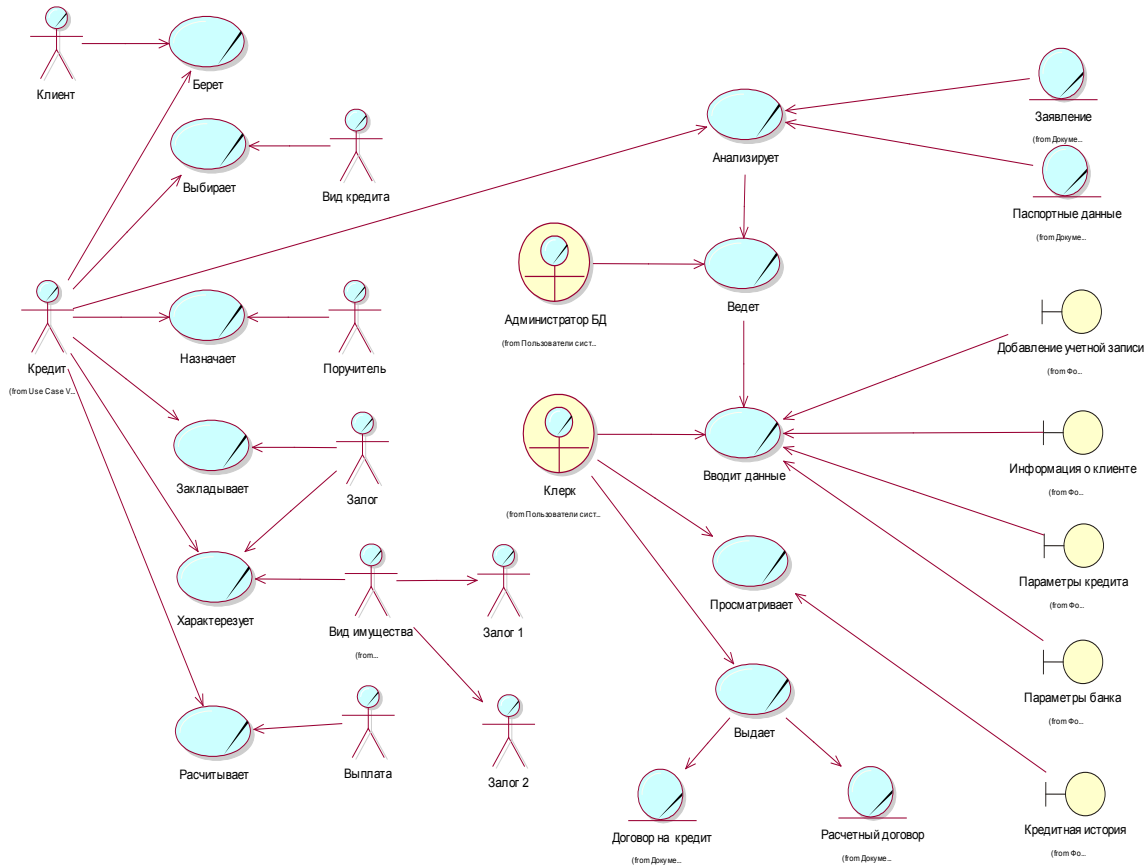


Рис. 6. Общая модель учета

После того, как построена модель бизнес-процесса учета кредитов физических лиц в банке, целесообразно оценить ее качество. Прежде всего, оценивается правильность модели с точки зрения выполнения стандарта UML. Это проверить достаточно просто:

- субъект должен быть связан с прецедентом;
- имена прецедентов должны быть глаголами или отглагольными существительными;
- имена субъектов должны быть существительными.

Труднее оценить правильность модели с точки зрения бизнес-процесса. Здесь возможны два подхода

- экспертный;
- количественный.

Они не исключают, а дополняют друг друга. Эксперты должны оценить, насколько точно и полно модель отражает реальный или желаемый бизнес-процесс. Экспертная оценка дает уверенность в правильности модели.

Количественная оценка может только дополнять экспертную оценку, поскольку она отражает лишь внешние характеристики модели. Количественная оценка опирается на расчет числа элементов в диаграммах модели [2].

Определим число элементов в диаграмме прецедентов:

- субъектов $N_{p1} = 15$;
- прецедентов $N_{p2} = 11$;
- ассоциации $N_{p3} = 32$.

Назначим коэффициенты значимости:

- субъектов $K_{p1} = 10$;
- прецедентов $K_{p2} = 10$;
- ассоциации $K_{p3} = 5$.

Обобщенное число элементов в диаграмме прецедентов:

$$N_{dp} = \sum_{i=1}^3 K_{pi} \cdot N_{pi} = 420.$$

Аналогичный расчет числа элементов в простейшей модели, состоящей из двух субъектов и одного прецедента, дает $N_{dp} = 40$.

Отношение вида:

$$k = \frac{N_M}{N_{SM}} = 10,5$$

означает, что построенная модель лучше простейшей модели в 10,5 раз.

Можно рассчитать коэффициент качества модели:

$$k = \frac{N_M - N_{SM}}{N_M} = 0,9.$$

Следует отметить, что рассмотрен и проанализирован объектно-ориентированный метод проектирования системы. Могут быть использованы другие методы.

Библиографический список

1. Осипова Т. Ф., Бритов Г. С. Бизнес – моделирование. Saarbrucken, Deutschland: Изд-во LAP LAMBERT Academic Publishing. 2015. 108 с.
2. Грейди Буч. Язык UML. Специальный справочник. – СПб.: Питер, 2002. – 656 с.
3. Информационные технологии: взгляд в будущее. Автоматизация и IT: проще говоря. 2007. – Материалы с веб-сайта <http://www.mitek.spb.ru/?news=55&pg=11>
4. ГОСТ 34.601-90 Автоматизированные системы. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Стадии создания. – М.: ИПК Изд-во стандартов, 1997.

УДК 331.108.2

Л. Е. Карнаухова

студент кафедры менеджмента

М. Л. Кричевский

д-р техн. наук, проф. – научный руководитель

РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИИ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Управление персоналом в любой организации является настолько эффективным, насколько ее сотрудники используют свой трудовой потенциал, все свои умственные, физические и предпринимательские способности в осуществлении главных экономических и организационных целей. Рассмотрим методологию отбора персонала на примере фитнес-клуба.

Для отбора персонала воспользуемся аппаратом нейронных сетей (НС), которые, в отличие от статистических методов многомерного классификационного анализа, базируются на параллельной обработке информации и обладают способностью к обучению [1, 2]. Такой прием расширяет рамки традиционных методов, используемых при отборе персонала.

Для решения поставленной задачи использовались 14 входных признаков: 1 – пол; 2 – возраст; 3 – стаж; 4 – образование; 5 – активность; 6 – самостоятельность; 7 – дружелюбие; 8 – ответственность; 9 – целеустремленность; 10 – гибкость; 11 – обучаемость; 12 – терпение; 13 – выносливость; 14 – общительность. Выходом нейронной сети является ответ (наем – отказ).

Для создания базы, которая необходима при обучении НС, в пакете *Statistica* применяются данные, разыгранные методом Монте-Карло. Создаются 20 значений признаков для 14 входных параметров. Входной слой служит для ввода значений входных переменных, выходной – для вывода результатов. В модуле «Нейронные сети» пакета *Statistica* формируется задача классификации и вводятся входные переменные. Для решения этой задачи создается сеть в виде трехслойного персептрона (рис. 1). При работе сети на ее вход подаются значения входных переменных, которые, проходя через нейроны скрытого слоя, образуют на последнем слое выходной сигнал сети.

Обучение сети методом обратного распространения ошибки производится по созданной базе примеров. Затем проверяется качество обучения сети путем подачи на ее вход тех сигналов, которые НС уже «видела» при обучении на базе примеров. Проверка работы сети показала, что сеть обучилась хорошо, так как на исходных данных, взятых из базы примеров, ошибок нет.

Теперь сеть готова к работе, т.е. при подаче новых сигналов, которые сеть не «видела» в процессе обучения, на ее выходе формируется ответ о годности кандидата.

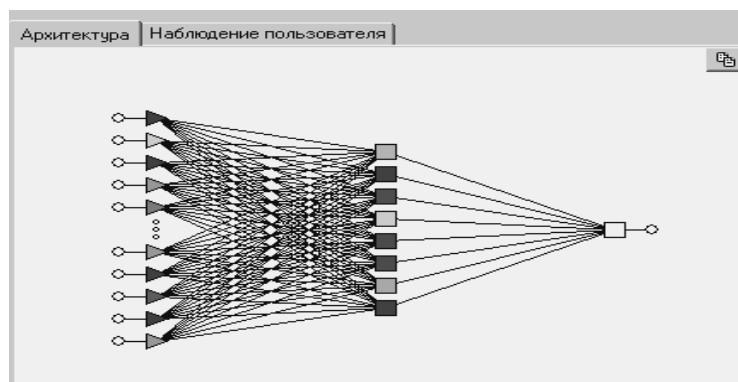


Рис. 1. Трехслойная сеть

Таким образом, с помощью нейросетевого классификатора можно принимать решение о степени годности будущего кандидата. На вход сети подаются значения показателей, которые обученная сеть распознает и осуществляет прогон его наблюдений, затем выдается ответ (рис. 2).

N	Архитектура	Производи...	Контр. про...	Тест. прои...	Ошибка об...	Контрольн...	T
11	МП 14:14-8...	1,000000	1,000000	1,000000	0,000000	0,000000	0,

Прогноз наблюдения по Var15.11: Отказ

Рис. 2. Результат работы нейронной сети: выбор ответа – отказ

Такой способ значительно уменьшит затраты времени на поиск нужных кандидатов. Способность обучения НС позволяет решать задачи с неизвестными закономерностями и зависимостями между входными и выходными данными. НС самостоятельно определяет информативные для анализа параметры и отсеивает ненужные, в связи с чем пропадает необходимость дополнительного анализа. Таким образом, нейронные сети можно использовать для классификации будущих кандидатов, подавая на вход сети набор показателей, а обученная сеть выдает нужный ответ «наем» или «отказ».

Библиографический список

1. Кричевский М. Л. Интеллектуальный анализ данных в менеджменте: учеб. пособие / СПбГУАП.СПб., 2005. 208 с.
2. Кричевский М. Л. Методы исследования в менеджменте. – М.: Кнорус, 2015. 296 с.

УДК 656.032

А. А. Кириченко

магистрант кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

РАСЧЕТ ПАССАЖИРСКОГО АВИАТАРИФА

Авиатариф – это плата, взимаемая за авиаперевозку пассажиров, багажа, почты, грузов и за дополняющие данный процесс операции (оформление пассажиров, багажа, почты и грузов, наземное обслуживание и т. д.).

На формирование пассажирского тарифа оказывают влияние следующие факторы:

- степень новизны услуги на рынке,
- дифференциация услуг по показателям качества,
- бюджетные ограничения, к которым относятся издержки и прибыль авиакомпании,
- покупательская способность населения,
- спрос на услуги авиатранспорта,
- тарифы авиакомпаний-конкурентов и т. д.

Минимально возможная величина тарифа определяется себестоимостью услуги, максимально возможная – наличием дополнительных качеств, отличающих услугу от других. Например, повышенный уровень комфортности, дополнительное питание и другие комплементарные услуги, повышающие качество перевозки, увеличивают размер тарифа бизнес-класса по сравнению с экономическим. При выборе метода тарифообразования необходимо учитывать как внутренние ограничения (издержки и прибыли авиакомпании), так и внешние (покупательскую способность, спрос на услуги воздушного транспорта, тарифы авиакомпаний-конкурентов и т. д.) [1].

Тариф за перевозку пассажиров рассчитывается в зависимости от:

- себестоимости рейса;
- установленных норм рентабельности;
- налога на добавленную стоимость (НДС);
- пассажировместимости;
- коэффициента коммерческой загрузки (занятости кресел) ВС.

Пассажирский тариф определяется по формуле:

$$T_{\text{пасс}} = \frac{S_s}{\sum \text{Пасс}_i} \frac{\text{Отп}^A}{\Pi} \left(1 + \frac{R + \text{VAT}}{100}\right), \quad (1)$$

где S_s – себестоимость парного рейса, руб.; $\sum \text{Пасс}_i$ – отправка пассажиров на парном рейсе, чел.; R – уровень рентабельности (10%); VAT – налог на добавленную стоимость (18%).

Отправки пассажиров за рейс ($\sum \text{Пасс}_i^{\text{Отп}}^{\text{А}}$) рассчитываются следующим образом:

$$\sum \text{Пасс}_i^{\text{Отп}}^{\text{А}} = N_{\text{кресел}} k_{\text{комм}}^{\text{загр}}, \quad (2)$$

где $N_{\text{кресел}}$ – количество кресел в воздушном судне; $k_{\text{комм}}^{\text{загр}}$ – коэффициент занятости пассажирских кресел.

Себестоимость рейса – это стоимостная оценка различных ресурсов (авиационные горючесмазочные материалы (авиаГСМ), энергия, трудовые ресурсы и т. д.), основных фондов и оборотных средств, используемых при осуществлении рейса, а также затрат, необходимых для выполнения рейсов по воздушным линиям, в том числе на аэронавигационное обеспечение и управление воздушным движением [2]. Расчет данного показателя приведен в табл. 1.

Таблица 1

Общая себестоимость рейса

Статья затрат	Расходы
1. Расходы на авиаГСМ	рассчитываются по участкам беспосадочного полета, путем умножения веса израсходованного топлива на стоимость тонны авиакеросина
2. Аэропортовые расходы	сбор за взлет-посадку; обеспечение авиационной безопасности; сверхнормативную стоянку; пользование аэровокзалом
3. Аэронавигационные сборы и метеообеспечение	аэронавигационное обеспечение в районе аэродрома (в зоне взлета-посадки) – по установленной ставке для конкретного типа ВС за каждый вылет ВС из классифицированного аэропорта; аэронавигационное обслуживание на местных воздушных линиях – по установленной ставке для конкретного типа ВС, умноженной на летное время по маршруту в соответствии с утвержденным штурманским расчетом; аэронавигационное обслуживание на воздушных трассах – по установленной ставке за 100 км ортодромии, при этом протяженность трассы принимается по утвержденному штурманскому расчету. Ставка сбора за метеорологическое обеспечение полетов устанавливается в рублях на вылет (рейс). Для определения нормативной себестоимости рейса применяются ставки сборов, действующие на момент выполнения расчетов
4. Питание пассажиров и экипажа	определяются в зависимости от стоимости рационов питания по классам обслуживания, уровня цен на продукты и разовую посуду, продолжительности полёта и устанавливаемого распорядка питания (завтрак, обед, ужин или лёгкое питание), числа пассажиров и членов экипажа на рассматриваемом типе ВС
5. Проживание и питание экипажа в чужом аэропорту	расходы на бортовое питание рассчитываются по участкам полета
6. Заработная плата летно-подъемного состава	производится путем выборки из отчетных данных за предшествующий год расходов по заработной плате летного состава и бортпроводников соответствующего типа ВС и деления ее на налет часов рассматриваемого типа ВС за этот же период. Полученные затраты на оплату труда летного состава и бортпроводников на один летный час умножаются на время выполнения соответствующего рейса
7. Заработная плата наземного персонала	расходы на оплату труда работников аппарата управления авиапредприятия, работников других служб и отделов, занятых производственной деятельностью, также расходы на зарплату водителей служебного автомобильного транспорта, спец. автотранспорта и работников служб общехозяйственного назначения
8. Начисления на заработную плату	НДФЛ (13%), отчисления в фонд социального страхования (2,9%), ПФР (22%), ФФОМС (5,1%)
9. Амортизация	амортизация, рассчитанная на один летный час, умножается на время рейса (летное время)

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

Статья затрат	Расходы
10. Расходы на капитальный ремонт и периодическое ТО	затраты на приобретение комплектующих изделий, имеющих ограниченный ресурс. К затратам на капитальный ремонт относятся затраты на выполнение в процессе ремонта доработок по бюллетеням, обязательным к выполнению, а также работы, связанные с фактическим состоянием ВС и выявленные в процессе дефектации
11. Лизинг	включаются в себестоимость рейса, согласно лизинговым платежам
12. Страхование	предприятиям разрешается создавать страховые (резервные) фонды для финансирования расходов, связанных со страховыми рисками, а также для страхования имущества организаций и жизни работников. Установлено, что размер отчислений на указанные цели, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), не может превышать 1% объема реализуемой продукции (работ, услуг)
13. Прочие общехозяйственные расходы	затраты на изготовление расписания движения самолетов, руководств и наставлений по летной, технической и коммерческой эксплуатации ВС, приобретение технологической документации и нормативно-методической литературы; затраты на обработку полетной документации; затраты на приобретение и изготовление бланков авиабилетов, отчисления ТКП за услуги по взаиморасчетам; расходы на аренду, содержание и все виды ремонтов наземных производственных зданий (помещений) и сооружений авиакомпаний, и авиапредприятий в части, относящейся к перевозочной деятельности; прочие затраты
14. Отчисления агентствам	комиссионные вознаграждения агентствам за услуги по продаже авиаперевозок, отчисления за услуги ТКП и другие расходы, связанные с реализацией авиаперевозок (устанавливаются в процентах от выручки от реализации пассажирских перевозок)
15. Себестоимость парного рейса	Сумма 1–14 пунктов

Однако следует отметить, что с отсутствием жесткого регулирования тарифов со стороны государства, цены на авиаперевозки варьируются. Данный показатель, во многом, зависит от собственных потребностей авиакомпаний-монополистов. В Российской Федерации таким «гигантом» является «Аэрофлот».

Библиографический список

1. Об аэронавигационных и аэропортовых сборах, тарифах за обслуживание воздушных судов в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации [Текст]: приказ Минтранс РФ от 17.06.2012 г. № 241: ред. от 01.11.2012 г. / Информационная система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс».
2. Методические рекомендации по определению себестоимости внутренних и международных рейсов для российских авиакомпаний [Текст]: одобр. приказом ФСВТ России от 15.07.1999 г. № 7.7-188 / Информационная система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Послед. обновление: 08.08.2012.
3. <http://www.favt.ru/>

УДК 656.02

А. А. Кириченко

магистрант кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

СОСТОЯНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ АВИАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В Российской Федерации 62% пассажирооборота перевозок на расстояния до 1000 км приходится на воздушные линии. За период 1991–2013 гг. доля региональных авиалиний в структуре внутрироссийских перевозок уменьшилась до 27%, доля местных – до 2%. Количество прямых

авиационных связей между регионами Российской Федерации сократилось в несколько раз, а пассажиропотоки переориентировались на Москву.

Маршрутная сеть внутренних воздушных линий отражает сложившуюся модель социально-экономического развития Российской Федерации с Москвой в качестве основного экономического центра. В то же время многие экономисты отмечают, что дальнейшее развитие страны требует повышения роли регионов в экономике и создания новых центров активного роста. Для решения этой задачи необходимо повышение мобильности населения и формирование устойчивых межрегиональных транспортных связей. Сложившаяся модель перевозок сдерживает развитие не только гражданской авиации, но и экономики многих регионов [1].

Основными причинами, приведшими к разрушению системы региональных рейсов, являются:

- существенное падение в 2000-х гг. реальных доходов населения и уровня платежеспособного спроса на перевозки;
- отсутствие в 2000-х гг. инвестиций в модернизацию и развитие аэропортовой инфраструктуры;

- конкуренция со стороны субсидируемого железнодорожного транспорта (в настоящее время из средств федерального бюджета Российской Федерации компенсируется 30% стоимости перевозки в общих вагонах поездов дальнего следования);

- дефицит парка современных региональных самолетов и самолетов для местных линий.

Сокращение количества местных и региональных воздушных линий приводило до недавнего времени к разрушению единого экономического пространства внутри Российской Федерации и входящих в ее состав федеральных округов. Последствиями этого процесса являются:

- разрушение системы внутри- и межрегиональных экономических связей;
- замедление темпов роста валового регионального продукта субъектов федерации;
- сложное финансовое положение региональных авиакомпаний и аэропортов, не имеющих достаточных объемов работы в условиях низкого платежеспособного спроса на перевозки.

Таким образом, для создания единого транспортного пространства внутри Российской Федерации и входящих в ее состав федеральных округов, учитывая значимую роль воздушного транспорта, требуется формирование эффективных вариантов моделей маршрутной сети региональных авиаперевозок, разработка и реализация эффективных механизмов государственной поддержки.

Первые существенные шаги для развития маршрутных сетей уже были сделаны на федеральном уровне. В частности, приняты и реализуются следующие документы:

- дорожная карта развития региональных авиаперевозок;
- постановление Правительства Российской Федерации от 16.01.2013 г. № 1 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности внутренних региональных перевозок пассажиров воздушным транспортом в Приволжском федеральном округе в 2013 г.» [2];

- постановление Правительства Российской Федерации от 27 марта 2013 г. № 265 «О предоставлении субсидий из федерального бюджета организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности региональных перевозок пассажиров воздушным транспортом на территории Северо-Западного, Сибирского, Уральского и Дальневосточного федеральных округов»;

- постановление Правительства Российской Федерации от 18 июня 2013 г. № 509 «О предоставлении в 2013 г. субсидий организациям воздушного транспорта на осуществление региональных воздушных перевозок пассажиров на территории Российской Федерации и формирование региональной маршрутной сети Российской Федерации»;

- акты Правительства Российской Федерации, обеспечивающие субсидирование приобретения региональных воздушных судов за счет средств федерального бюджета.

Региональная авиация также нуждается в масштабной реструктуризации парка воздушных судов. Авиакомпании в связи с высоким износом воздушных судов не могут в достаточной мере гарантировать качество предоставляемых услуг населению страны. А в ближайшие пять лет рос-

сийская авиапромышленность не сможет гарантировать обеспечение всех потребностей в новых самолетах для авиакомпаний. Сейчас одновременно идет активная работа по привлечению российскими авиакомпаниями западных поставщиков и в то же время авиакомпании ждут разработки новых моделей самолетов от российских конструкторских бюро.

Следует отметить, что проблемы региональной авиации во многом объясняется исчезновением региональных самолетов Ан-24, которые «доживают» свой срок эксплуатации. Российские авиакомпании вынуждены закупать самолеты для региональных полетов за рубежом. Безусловно, лучше покупать свое, но, к сожалению, отечественной замены Ан-24 попросту нет. Если рассматривать как замену новый российский самолет Sukhoi SuperJet 100, то он не может садиться на грунт и, соответственно, не может являться полноценным аналогом.

Также необходимо понимать, что проблема лежит не только в технологической плоскости. Дело в том, что в России ограниченное количество региональных аэродромов, поскольку эти аэродромы массово закрывались в последние годы из-за экономической неэффективности. С начала 1990-х гг. число региональных аэропортов сократилось почти в пять раз. Причем аэродромы ликвидировались зачастую и там, где самолет – единственный вид транспорта.

В настоящее время обсуждается вопрос о создании межведомственной рабочей группы по решению проблемы региональной авиации. Это комплексная проблема, которая будет решаться в сотрудничестве между Минтрансом, Минпромом, Минэкономки, Минздравом, а Объединенная Авиастроительная Корпорация и ВЭБ отвечают за технологическую и финансовую сторону вопроса.

Библиографический список

1. <http://www.mintrans.ru/>
2. <http://www.favt.ru/>

УДК 621

Н. А. Кресцов

магистрант кафедры экономики

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ РФ

Машиностроение отличается от других отраслей промышленности целым рядом особенностей, которые влияют на его географию. Важнейшим является наличие общественной потребности в продукции, квалифицированных трудовых ресурсов, собственного производства или возможности поставки конструкционных материалов и электроэнергии. В целом машиностроение принадлежит к отраслям «свободного размещения», так как оно в меньшей степени испытывает влияние таких факторов, как природная среда, наличие полезных ископаемых, воды и т. д. [3] В тоже время на размещение предприятий машиностроения сильное влияние оказывает ряд перечисленных ниже факторов.

Наукоемкость. Трудно представить себе современное машиностроение без широкого внедрения научных разработок. Именно поэтому производство наиболее сложной современной техники (компьютеров, всевозможных роботов) концентрируется в районах и центрах, обладающих высокоразвитой научной базой: крупными НИИ, конструкторскими бюро (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск и др.). Ориентация на научный потенциал – основополагающий фактор размещения машиностроительных предприятий.

Металлоемкость. Отрасли машиностроения, занимающиеся производством такой продукции, как например, металлургическое, энергетическое, горно-шахтное оборудование потребляют много черных и цветных металлов. В связи с этим машиностроительные заводы, занимающиеся выпуском такого рода продукции обычно стараются находиться как можно ближе к металлургическим базам, чтобы уменьшить затраты по доставке сырья. Большинство крупных заводов тяжелого машиностроения расположены на Урале.

Трудоемкость. С точки зрения трудоемкости машиностроительный комплекс характеризуется большими затратами и очень высокой квалификацией труда.

Производство машин требует больших затрат рабочего времени. В связи с этим достаточно большое количество отраслей машиностроения тяготеют к районам страны, где концентрация населения высока, и в особенности там, где есть высококвалифицированные и инженерно-технические кадры. Чрезвычайно трудоемкими можно назвать следующие отрасли комплекса: авиационная промышленность (Самара, Казань), станкостроение (Москва, Санкт-Петербург), производство электротехники и точных приборов (Ульяновск).

Близость потребителя. Продукцию некоторых отраслей машиностроения, таких как: производство энергетического, горно-шахтного, металлургического оборудования, которые потребляют большое количество черных и цветных металлов экономически нецелесообразно перевозить на большие расстояния из-за их большого размера и высокой стоимости перевозок. Поэтому предприятия многих отраслей машиностроения размещаются в районах потребления конечной продукции.

Как отдельный фактор географического размещения машиностроения можно вынести *военно-стратегический* аспект.

Принимая во внимание интересы государственной безопасности, многие предприятия машиностроительного комплекса, выпускающие продукцию оборонного назначения, удалены от границ государства. Многие из них сконцентрированы в «закрытых городах» [2]. Отталкиваясь от данных факторов можно составить таблицу группировки машиностроительных отраслей по факторам размещения (табл. 1).

Таблица 1

Группировка машиностроительных отраслей по факторам размещения

Фактор размещения	Доля отраслей, размещенных с учетом данного фактора, %
Тяготение к районам с развитой научной базой	42
Тяготение к районам сосредоточения трудовых ресурсов	24
Тяготение к районам потребления продукции	22
Тяготение к металлургическим базам	12

Машиностроительный комплекс ежегодно производит 30 тыс. видов различных машин и 130 тыс. деталей. Его продукция нужна практически повсюду, т. е. для машиностроения характерно повсеместность потребления. Поэтому машиностроение развито во всех экономических районах России, хотя его роль в хозяйстве районов не одинакова. Так же актуально рассмотреть доли производимой продукции по экономическим районам (табл. 2).

Следовательно, 87,5% машиностроительной продукции выпускает Западная экономическая зона и всего 12,5% выпускает Восточная экономическая зона. В Восточной зоне машиностроение работает не на местные потребности, а на Европейскую зону (79% продукции вывозится в европейские районы, а из европейских районов поступает 67% продукции) [1].

Доли производимой продукции по экономическим районам

Экономический район	Доля производимой продукции, %
Северный	1.5
Северо-Западный	5
Центральный	23
Волго-Вятский	10
Центрально-Черноземный	4
Поволжский	18
Уральский	20
Северокавказский	6
Западно-Сибирский	7
Восточно-Сибирский	3
Дальневосточный	2,5

В зависимости от особенностей размещения в машиностроении условно можно выделить несколько групп отраслей, в том числе:

- тяжелое машиностроение (67% продукции);
- общее машиностроение (18% продукции);
- среднее машиностроение (15% продукции).

Библиографический список

1. Госкомстат РФ – web-сервер //www.gks.ru
2. Дронов В. П., Максаковский В. П., Ром В. Я. Экономическая и социальная география, справочные материалы, М., 1994 г.
3. Материалы сайта <http://studme.org/>

УДК 621

Н. А. Кресцов

магистрант кафедры экономики

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ МАШИНОСТРОЕНИЯ РАЗВИТЫХ И РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН МИРА

Размещение отраслей стран мира сложилось под влиянием большого числа причин, главная из которых – трудовой фактор. Ориентация на труд и определяет главные сдвиги в размещении отрасли: она переместилась в районы с «дешевым» трудом. Фактором, оказывающим воздействие на размещение машиностроения, является научно-технический прогресс. НТП определяет структурные сдвиги в машиностроении. Общеэкономические тенденции, вызванные научно-технической революцией, предопределили нарастание доли труда в стоимости продукции. Тем самым положение стран с дешевым трудом стало предпочтительным по сравнению со странами, обладающими ресурсами.

Следующий фактор это систематическое усложнение машиностроительного производства, предопределившее разделение стран на производителей массовой продукции и производителей

высококвалифицированной наукоемкой продукции, а также появление тенденции «передачи» массовых, но не требующих затрат квалифицированного труда производств в «новые» страны и сохранения высококвалифицированных производств в старых странах – «монополистах» научно-технического прогресса [2].

На все вышеуказанные процессы накладывается тенденция усиления специализации и кооперирования в машиностроении отдельных стран и всего мира. Эта тенденция обусловлена, прежде всего, выгодами увеличения масштаба производства. В этой связи можно утверждать, что практика действий ТНК, создающих производственную и кооперационную сеть, рассчитанную на рынки целых континентов, имеет определенные технико-экономические основания.

Определить уровень развития машиностроения в разных странах весьма сложно. Однако по сумме признаков можно выделить следующие группы стран:

- страны, обладающие полной номенклатурой машиностроительного производства. Примеры: США, Германия, Япония. К этой группе относится и Россия;
- страны, обладающие малозначительными пропусками в структуре машиностроения – Англия;
- страны с существенными пробелами в структуре машиностроения – Италия.
- страны, вынужденные импортировать часть машиностроительной продукции из-за рубежа;
- страны с неравномерным развитием отраслевой структуры машиностроения: экспорт машин покрывает менее половины импорта. (Канада, Бразилия).

Данная типология может быть использована для регионализации глобальной экономической системы и определения роли отдельных регионов в размещении мирового машиностроения.

На регион Северной Америки (США, Канада, Мексика) приходится 1/3 мирового машиностроительного производства. Этот регион выступает на мировых рынках, прежде всего, как экспортер продукции высокой сложности, изделий тяжелого машиностроения и наукоемких отраслей. На регион Западной Европы приходится от 25 до 30% продукции мирового машиностроения. Третий регион это Восточная и Юго-восточная Азия (около 20% продукции машиностроения), лидер которого Япония. В Бразилии формируется четвертый регион мирового машиностроения.

В последние годы страны с дешевым рабочим трудом оказались в более благоприятном положении, чем страны, обладающие сырьевыми ресурсами.

Усложняется машиностроительное производство, поэтому выделяются страны – производители массовой продукции, производители сложной наукоемкой продукции, развивается специализация и межстрановое кооперирование.

Особенностью машиностроения развитых стран по сравнению с развивающимися является наиболее полная структура машиностроительного производства и увеличение доли электротехники, высокое качество и конкурентоспособность продукции. Отсюда следует высокая экспортность и большой удельный вес машиностроительной продукции в общей стоимости экспорта (Япония – 64%, США, Германия – 48%, Канада – 42%, Швеция – 44%) [3].

Общее машиностроение далеко не однородно в развитых и развивающихся странах. В первой группе стран преобладает станкостроение, тяжелое машиностроение, производство оборудования, в другой преобладает сельскохозяйственное машиностроение. Лидерами станкостроения являются Германия, США, Италия, Япония, Швеция. На всю группу развивающихся стран приходится всего 6% выпуска продукции станкостроения.

В электротехнической промышленности быстро выдвинулась электронная индустрия. Выделяются две подотрасли электронной промышленности: военно-промышленная и бытовая электроника.

Первая – это удел экономически развитых стран, вторая (требующая большого количества дешевых рабочих рук) стала обычной для развивающихся стран. Гонконг, Южная Корея, Тайвань экспортируют бытовую технику даже в развитые страны.

В самом машиностроении в последние годы развивается процесс интернационализации производства. Этот процесс осуществляется в основном между промышленно развитыми странами, где сосредоточено около 9/10 мощностей машиностроения и более 9/10 объема НИОКР. В машиностроении внедряются гибкие автоматизированные производства и системы автоматизированного проектирования. В производстве оборудования для этих систем главная роль принадлежит Японии и США.

Структура транспортного машиностроения также меняется. Интенсивно развивается судостроение и автомобильная индустрия. Причем заметно переселение судостроения и производства подвижного железнодорожного состава в развивающиеся страны [1].

Локомотивы выпускают Индия, Бразилия, Аргентина, Турция. Среди производства вагонов выделяются Мексика, Египет, Иран, Таиланд.

Заметные изменения произошли и в автомобилестроении. На первое место вышла Япония, обогнав США, затем Франция, Италия, Испания, Великобритания. Производство грузовых автомобилей сосредоточено в США, Японии, странах СНГ, России и Канаде. Автосборка, помимо Бразилии и Республики Корея, в последние годы распространилась по всему миру. Значительно растет автомобилестроение в Китае, стимулируемое развитием автосборки в «свободных экономических зонах».

В основном роль отдельных регионов мира в размещении машиностроения такова: на страны Северной Америки приходится более 30% мирового машиностроительного производства, на страны Западной Европы – 25–30%, на страны Восточной и Юго-Восточной Азии – 20%.

По важнейшему показателю, отражающему масштабы развития отрасли, стоимости продукции машиностроения среди развитых стран лидируют США, Япония и Германия. Другие страны существенно уступают им по масштабам машиностроения. Доля развитых стран в машиностроении мира около 90%.

В странах СНГ на долю машиностроительного комплекса приходится 30% стоимости продукции промышленности. Эти страны занимают промежуточное положение между экономически развитыми и развивающимися странами мира.

В целом основная часть выпуска продукции машиностроения по-прежнему сосредоточена в развитых странах. Сдвиг машиностроения в страны с дешевым трудом был обусловлен энергетическим кризисом. Несмотря на это, доля развивающихся стран (особенно стран «новой индустриализации») в производстве машиностроительной продукции продолжает оставаться незначительной, и говорить о коренных сдвигах в мировом машиностроении не приходится.

Библиографический список

1. География мирового хозяйства: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 021000. – М.: Трэвэл Медиа Интернэшнл, 2012.
2. Дронов В. П., Максаковский В. П., Ром В. Я. Экономическая и социальная география, справочные материалы, М., 1994 г.
3. Развитые страны в мировом хозяйстве. Материалы сайта // www.empitry.com/

УДК 51.001.8

А. А. Крутько, В. Е. Лепёхин

студенты экономического факультета

М. В. Макарова

канд. техн. наук, доц. – научный руководитель

ЖЕСТКИЕ И МЯГКИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ

Вопрос выбора модели является ключевым при анализе практических экономических задач, особенно в случае стратегического планирования. В случаях динамических экономических

систем, т. е. систем, которые рассматриваются во времени, в качестве математической модели может выступать система дифференциальных уравнений, содержащая определяемые функции. Такие модели принято подразделять на жесткие и мягкие, в зависимости от выбора параметров системы дифференциальных уравнений. Жесткая математическая модель всегда имеет четкую постановку и, как правило, явное аналитическое решение. В мягких моделях параметры могут заменяться функциями одной или нескольких переменных, которые варьируются произвольным образом. Такие модели уже не имеют явных решений, но с учетом анализа соответствующих жестких моделей, могут дать дополнительную информацию о характеристиках моделируемого объекта в ситуации, приближенной к реальной [1].

Рассмотрим математическую модель экономической войны, как одну из моделей теории игр. В простейшей модели борьбы двух противников за выигрыш (скажем, двух корпораций) – модели Ланкастера – состояние системы описывается точкой (x, y) положительного квадранта плоскости. Координаты этой точки, x и y – это количество ресурсов, которыми владеют корпорации. Модель имеет вид:

$$\begin{cases} \dot{x} = -by, \\ \dot{y} = -ax. \end{cases}$$

Здесь a – мощность экономического воздействия корпорации x , а b – корпорации y . Попросту говоря, предполагается, что каждая единица ресурса, имеющегося у корпорации x , уничтожает за единицу времени a единиц ресурсов корпорации y (и, соответственно, каждая единица ресурса корпорации y уничтожает b единиц корпорации x). Точка над буквой здесь и далее означает производную по времени t , то есть скорость изменения обозначенной буквой величины.

Это – жесткая модель, которая допускает точное решение:

$$\frac{dx}{dy} = \frac{by}{ax}, \quad axdx = bydy, \quad ax^2 - by^2 = const.$$

Эволюция ресурсов x и y происходит вдоль гиперболы, заданной этим уравнением (рис. 1). По какой именно гиперболе пойдет экономическая война, зависит от начальной точки. Эти гиперболы разделены прямой $\sqrt{ax} = \sqrt{by}$. Если начальная точка лежит выше этой прямой (случай 1 на рис. 1), то гипербола выходит на ось y . Это значит, что в ходе войны ресурсы корпорации x уменьшаются до нуля (за конечное время). Корпорация y выигрывает, противник уходит с рынка.

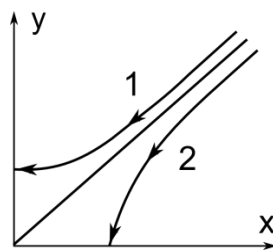


Рис. 1. Жесткая модель экономической войны

Если начальная точка лежит ниже (случай 2), то выигрывает корпорация x . В разделяющем эти случаи состоянии (на прямой) экономическая война заканчивается ко всеобщему удовлетворению истреблением обеих корпораций. Но на это требуется бесконечно большое время: конфликт продолжает тлеть, когда оба противника уже обессилены.

Вывод модели таков: для борьбы с вдвое более могущественным противником нужно в четыре раза больше ресурсов, с втрое более могущественным – в девять раз и т. д. (на это указывают квадратные корни в уравнении прямой).

Ясно, однако, что рассмотренная модель сильно идеализирована и было бы опасно прямо применять ее к реальной ситуации. Возникнет вопрос – как изменится вывод, если модель будет

несколько иной. Например, коэффициенты a и b могут быть не строго постоянными, а могут, скажем, зависеть от x и от y . И точный вид этой зависимости нам может быть неизвестен.

В этом случае речь идет о системе

$$\begin{cases} \dot{x} = -b(x, y)y, \\ \dot{y} = -a(x, y)x, \end{cases}$$

которая уже не решается явно.

Однако в математике разработаны методы, позволяющие сделать выводы общего характера, даже не зная точно явного вида функций a и b . В этой ситуации принято говорить о мягкой модели – модели, поддающейся изменениям (за счет выбора функций a и b в нашем примере).

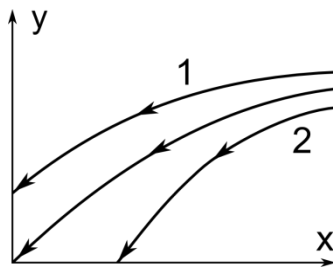


Рис. 2. Мягкая модель экономической войны

Общий вывод в данном случае – есть утверждение о структурной устойчивости исходной модели: изменение функций a и b изменит описывающие ход взаимодействия кривые на плоскости (x, y) (которые уже не будут гиперболами и разделяющей их прямой), но это изменение не затрагивает основного качественного вывода. Вывод этот состоял в том, что положения « x выигрывает» и « y выигрывает» разделены нейтральной линией «обе корпорации уничтожают друг друга за бесконечное время». Математики говорят, что топологический тип системы на плоскости (x, y) не меняется при изменении функций a и b : оно приводит лишь к искривлению нейтральной линии (рис. 2). Этот математический вывод не самоочевиден. Можно представить себе и другую ситуацию, например, изображенную на рис. 3. Математическая теория структурной устойчивости утверждает, что эта ситуация не реализуется, во всяком случае для не слишком патологических функций a и b (скажем, она не реализуется, если это – положительные в нуле многочлены). Мы можем сделать вывод о качественной применимости простейшей модели борьбы для приближенного описания событий в целом классе моделей, причем для этого даже не нужно знать точного вида жесткой модели: выводы справедливы для мягкой модели. На самом деле простейшая модель дает даже полезное количественное предсказание: наклон разделяющей нейтральной прямой в нуле определяется формулой $\sqrt{ax} = \sqrt{by}$, где a и b – значения коэффициентов в нуле.

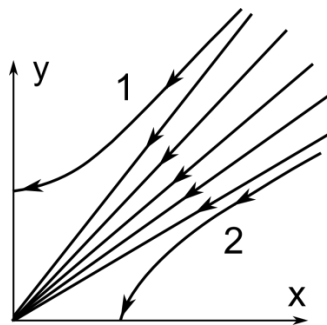


Рис. 3. Нереализуемая модель экономической войны

То есть принцип «если противник вдвое более могуществен, то надо иметь в четыре раза больше ресурсов» справедлив на конечном этапе взаимного истребления, в то время как на начальном этапе войны число 4 нужно, быть может, откорректировать (учитывая вид коэффициентов a и b). Для этой корректировки в математике мягких моделей тоже разработаны эффективные методы (несмотря на то, что явная формула для решения уравнений модели не только неизвестна, но и – это строго доказано – не существует вовсе).

Обратимся к математической модели управления предприятием. Самые простые и самые общие математические модели этой сильно нелинейной ситуации приводят здесь к выводам, которые могут показаться неожиданными для управленцев, привыкших иметь дело с линейными системами, в которых результаты пропорциональны усилиям.

Рассмотрим нелинейную систему [4], находящуюся в установившемся устойчивом состоянии, признанном плохим, поскольку в пределах видимости имеется лучшее, предпочтительное устойчивое состояние системы 2 (рис. 4).



Рис. 4. Перестройка с точки зрения теории перестроек

Вот некоторые простейшие выводы.

1. Постепенное движение в сторону лучшего состояния сразу же приводит к ухудшению. Скорость ухудшения при равномерном движении к лучшему состоянию увеличивается.

2. По мере движения от худшего состояния к лучшему сопротивление системы изменению ее состояния растет.

3. Максимум сопротивления достигается раньше, чем самое плохое состояние, через которое нужно пройти для достижения лучшего состояния. После прохождения максимума сопротивления состояние продолжает ухудшаться.

4. По мере приближения к самому плохому состоянию на пути перестройки сопротивление, начиная с некоторого момента, начинает уменьшаться, и как только самое плохое состояние пройдено, не только полностью исчезает, но система начинает притягиваться к лучшему состоянию.

5. Величина ухудшения, необходимого для перехода в лучшее состояние, сравнима с финальным улучшением и увеличивается по мере совершенствования системы. Слабо развитая система может пройти в лучшее состояние почти без предварительного ухудшения, в то время как развитая система, в силу своей устойчивости, на такое постепенное, непрерывное улучшение неспособна.

6. Если систему удастся сразу, скачком, а не непрерывно, перевести из плохого устойчивого состояния достаточно близко к хорошему, то дальше она будет сама собой эволюционировать в сторону хорошего состояния.

С этими объективными законами функционирования нелинейных систем нельзя не считаться. Выше сформулированы лишь простейшие качественные выводы. Теория доставляет также количественные модели, но качественные выводы представляются более важными и в то же время более надежными: они мало зависят от деталей функционирования системы, устройство которой и численные параметры могут быть недостаточно известными. Теория мягкого моделирования – это искусство получать относительно надежные выводы из анализа малонадежных моделей.

Библиографический список

1. Арнольд В. И. «Жесткие» и «мягкие» математические модели / В. И. Арнольд. М.: МЦНМО, 2004. 32 с.
2. Бондур В. Г. Мониторинг и прогнозирование природных катастроф / В. Г. Бондур. М.: Научный мир, 2009. 165 с.
3. Козлов Н. Н. Математический анализ генетического кода / Н. Н. Козлов. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2010. 98 с.
4. Лялин В. Е. Математическое моделирование и информационные технологии в экономике предприятия / В. Е. Лялин. Старый Оскол: ТНТ, 2008. 204с.

УДК 339.13.053.1

О. С. Кучина

студент кафедры экономики и финансов

Н. А. Иванова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

**ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА «ЧЕРНОЕ ЗОЛОТО» В 2014 ГОДУ.
ГЛОБАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ**

На благополучие каждой страны в мире влияет множество факторов, как внутренних, так и внешних. Любые экономические, политические, социальные или другие изменения влекут за собой волну последствий. Одним из самых заметных явлений, за последнее время, был скачок цен на нефть. На сегодняшний день, цена на черное золото продолжает стабилизироваться, однако мы еще долго будем ощущать отголоски второй половины 2014 г.

До 18 августа баррель нефти марки Brent торговался выше \$100, а после этого изо дня в день нефть стала дешеветь. Нефтяной рынок заканчивает торги в 2014 г. сохранением долгосрочного тренда на понижение, начавшимся в конце лета. В январе 2015 г. этот эталон нефтяных цен торгуется на бирже на уровне в \$57, другой эталон – баррель нефти марки WTI – на уровне в \$53, упав до минимумов мая кризисного 2009 г.

Подобного рода сдвиг имеет глобальные последствия. Первой, в числе выигрывающих, значится мировая экономика. Десятипроцентное изменение цен на нефть соответствует примерно с изменением в 0,2% глобального ВВП. Падение цен обычно способствует росту ВВП, поскольку в результате ресурсы от продавца перемещаются к потребителям, которые будут в большей степени готовы потратить свою прибыль. Так в Америке добыча сланцевого природного газа привела к понижению цен на нефть в сравнении с европейскими, а также к увеличению промышленного экспорта на 6% в сравнении с остальным миром.

Но если слишком большой объем предложения является отражением слабого спроса, то потребители, возможно, направят образовавшиеся неожиданным образом средства на сбережение. Падение цен на нефть в 2014 г. было вызвано сдвигами как в предложении, так и в спросе. Замедляющаяся мировая экономика сдерживают спрос на нефть.

Однако снижение цен объясняется, прежде всего, взрывным ростом добычи сланцевой нефти в США, что позволило Штатам отказаться от значительной части нефтяных закупок. Этот фактор подтверждается статистикой, согласно которой за неделю, завершившуюся 19 декабря, запасы нефти в США увеличились на 7,3 млн баррелей – до 387,2 млн баррелей.

Одни страны могут получить еще большую выгоду, тогда как другие понесут убытки. В мире производится чуть больше 90 млн баррелей нефти в день. При 115 долл. за бочку это будет стоить примерно 3,8 трлн долл. в год, при цене 85 долл. – только 2,8 трлн. Любая страна или группа стран, потребляющих больше, чем они производят, получают выгоду от этого изменения на сумму в 1 трлн долл., если говорить преимущественно об импортерах.

К примеру, Китай. Эта страна является второй в списке крупнейших импортеров нефти. Основываясь на данных 2013 г., можно сказать, что понижение цены на нефть на каждый доллар дает возможность Пекину сэкономить 2,1 млрд долл. Нынешнее падение цен, если оно будет

устойчивым, понизит стоимость импорта страны на 60 млрд долл., или на 3%. Большую часть китайского экспорта составляют промышленные товары, цена на которые не падает, следовательно валютные запасы Китая будут продолжать увеличиваться, а жизненный уровень должен будет повыситься, если не произойдет падение спроса.

Влияние на Америку смешанное, потому что эта страна является одновременно крупнейшим в мире потребителем, импортером и производителем нефти. В конечном итоге более дешевая нефть поможет, но не насколько, как это было раньше. Дешевая нефть и низкие процентные ставки должны добавить около 0,1% к росту экономики в 2015 г. Однако эти показатели будут с избытком компенсированы более сильным долларом, более медленным глобальным ростом и более слабыми фондовыми рынками. Добыча нефти из сланцевых пластов стоит дорого. И поэтому при понижении цен на нефть Америка сокращает такой вид добычи, что приводит к хоть какому-то снижению предложения на рынке, и цена на нефть начинает подниматься, что мы наблюдали ранее.

Но одна группа стран, несомненно, получит выгоду: речь идет о тех из них, которые в наибольшей степени зависят от сельского хозяйства. На один доллар в фермерском производстве приходится в четыре или в пять раз больше энергии, чем при производстве промышленных товаров. Фермеры получают выгоду от дешевой нефти. И поскольку большинство фермеров в мире бедны, более дешевая нефть, в конечном итоге, является хорошей новостью для бедных стран.

К примеру, Индия, где доходы людей, составляющих примерно треть населения земного шара, не превышают 1,25 долл. в день. Дешевая нефть является благом по трем причинам. В-первых, как и в случае с Китаем, импорт становится дешевле в сравнении с экспортом. Нефть составляет примерно треть импорта Индии, однако ее экспорт является весьма разнородным, поэтому не отмечается снижения цен по всему спектру. Во-вторых, более дешевая энергия снижает инфляцию, которая уже сократилась с 13% в начале 2013 г. до 6,5%. В-третьих, дешевая нефть сокращает дефицит бюджета Индии, который в настоящее время составляет 4,5% ВВП, и происходит это за счет уменьшения субсидий, предоставляемых на горючее и удобрения.

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency), полагает, что глобальные объемы субсидирования энергетического потребления (преимущественно в развивающихся странах) составляют 550 млрд долл. в год. Падение цен на нефть должно уменьшить эти расходы приблизительно до 400 млрд долл.

Что же касается Саудовской Аравии, может показаться, что страна, являющаяся крупнейшим в мире экспортером, должна понести убытки. При цене 115 долл. за баррель Саудовская Аравия зарабатывает 360 млрд долл. за счет чистого экспорта в год, а при цене в 55 долл. – 176 млрд долл. Ее бюджет, несомненно, оказывается в дефиците. Однако интересам Саудовской Аравии в долгосрочной перспективе может соответствовать период дешевой нефти. В отличие от большинства остальных экспортеров, она может себе это позволить. Хотя государственные расходы в этой стране в последние годы выросли, еще больше увеличились ее валютные резервы. Она может профинансировать десятилетия дефицитного бюджета, занимая у самой себя, и это можно будет сделать даже в том случае, если цена на нефть будет еще ниже, чем сейчас. Чистые валютные резервы Саудовской Аравии в августе составили 2,8 риялов (737 млрд долл.) – это больше суммы расходов за три года, если исходить из нынешнего их уровня.

За последние годы добыча в странах, не входящих в ОПЕК, в том числе в России и Америке, увеличилась с 55 млн баррелей в день до 57 млн баррелей в день. Можно сделать вывод о том, что главными выгодоприобретателями в условиях высоких цен на нефть являются страны, не входящие в ОПЕК.

Саудовская Аравия пережила период низких цен, и когда цена была на уровне 100 долл. за баррель, она больше средств сэкономила, чем потратила. Самыми большими проигравшими оказались те страны, которые этого не сделали: Венесуэла, Иран и Россия. В начале октября в результате выплаты Венесуэлой значительной суммы по обслуживанию своего долга

ее валютные запасы впервые за последние десять лет опустились ниже 20 млрд долл. Понижение цены на нефть на один доллар за баррель означает для Венесуэлы сокращение примерно на 450–500 млн долл. ее доходов от экспорта. Согласно подсчетам банка Deutsche Bank, правительству страны для финансирования своих расходов нужно, чтобы цена за баррель нефти составляла 120 долл., что даже выше, чем та цена, которая была до нынешнего падения. Поэтому, в отличие от бюджетов других экспортеров нефти, Венесуэла еще до падения цен находилась в сложном положении. В прошлом году дефицит бюджета составил 17% ВВП, а инфляция превысила 60%. Воздействие связанных с нефтью проблем Венесуэлы можно почувствовать и за пределами ее границ. Эта страна реализует программу под названием PetroCaribe, в рамках которой страны Карибского бассейна обеспечиваются дешевыми финансовыми средствами для закупки венесуэльской нефти. Для Гайаны, Гаити, Ямайки и Никарагуа ежегодные отсроченные платежи по программе PetroCaribe составляют 4% ВВП. Однако это обходится правительству Венесуэлы в 2,3 млрд долл. в год. И если Венесуэла решит ограничить свою щедрость, то шоковая волна будет ощущаться во всем Карибском бассейне.

Иран еще более уязвим, чем Венесуэла. Ему нужно, чтобы цена на нефть составляла 136 долл. за баррель для финансирования запланированных расходов. В прошлом году правительство страны потратило 100 млрд долл. на субсидирование потребительских товаров, что составляет примерно 25% ВВП. Введенные санкции означают, что Тегеран не может решить свои проблемы за счет кредитов.

Для России воздействие сокращения цен на нефть оказалось менее драматичным – по крайней мере, в первое время. Еще более важно то, что рубль упал. Бюджет следующего года составлен на основании того, что доллар будет стоить 37 руб. В то же время в России происходит замедление темпов экономического роста. Денежные средства расходовались на импортные товары, которые стоили дешевле из-за сильной национальной валюты. На самом деле обесценивание рубля затрагивает жизненный уровень людей, поскольку импортные товары становятся дороже. Западные санкции закрыли рынок капиталов для российских компаний, даже для частных, а собственного производства в стране практически нет.

Так или иначе, падение нефти неизбежно отразилось, и продолжает нести свои последствия для всего мира. Для одних стран это благоприятные события, для других – нет. Возможно, когда нефть будет стоить 85 долл. за баррель, это станет причиной новых сдвигов во мнениях, предположениях, а также в политике.

Библиографический список

1. Информационно-познавательное интернет-издание Livelenta - <http://livelenta.com/>
2. Финансовый советник – <http://www.akhmadi-invest.com/>
3. Независимый информационно-аналитический портал - <http://cisnews.org/>

УДК 519.95

А. А. Ломовский

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

А. Г. Степанов

д-р пед. наук, доц. – научный руководитель

ЗАЩИТА ДАННЫХ В ANDROID-ПРИЛОЖЕНИИ

В Android – приложениях для хранения данных используются встраиваемая реляционная база данных SQLite3 и key-value хранилище SharedPreferences.

SQLite3 хранит всю базу данных в единственном файле на том устройстве, на котором исполняется программа. Термин «встраиваемая» означает, что для ее использования не требуется архитектура клиент-сервер, т. е. она не является отдельно работающим процессом, с которым

взаимодействует программа, а встраивается в программу и становится ее составной частью. Термин «реляционная» означает, что БД основана на реляционной модели данных, т. е. – отношениях.

Хранилище SharedPreferences – это XML файл, данные в котором хранятся в виде пары: ключ(key) – значение(value).

Такой подход к организации хранения пользовательских данных влечет за собой существенную уязвимость в безопасности Android-приложений [1].

ОС Android основана на ядре Linux. Каждое запущенное приложение получает от ядра отдельный процесс, в котором оно выполняет свою работу. Вместе с процессом для каждого приложения выделяется отдельная зона памяти, в которой хранятся все данные, которые необходимы ему для работы. Такое место называется «песочницей» приложения.

Практически все приложения в своей работе используют данные, которые необходимо защитить от доступа третьих лиц. Это могут быть пары логин/пароль, персональные данные пользователя, коммерческие данные и т. д. По умолчанию, ОС Android не предоставляет пользователю доступа к песочнице приложения. Однако имеется возможность получить права суперпользователя (root-доступ), которые предоставляют доступ ко всей файловой системе телефона, а значит и любым данным приложения. Это ставит под угрозу их сохранность и открывает доступ к ним третьим лицам.

На данный момент существует два варианта решения проблемы:

- шифрование данных;
- хранение данных на удаленном сервере.

Шифрование данных

Для шифрования встроенной базы данных *SQLite* в Android-приложении существуют несколько решений, представленных в виде библиотек.

- SEE(SQLite Encryptor Extension);
- SQLCipher;
- SQLiteCrypt;
- SQLiteCrypto.

Все они имеют набор класс-файлов, которые используются в приложении. Шифрование происходит по алгоритму AES во время выполнения программы, что практически не снижает скорость работы [2]. Это является основным плюсом использования данного подхода. К минусам можно отнести затраты на приобретение лицензии, а также то, что на данный момент не существует устойчивого алгоритма обновления уже существующей зашифрованной базы данных.

Для шифрования данных в *KV-хранилище* используются встроенные в Android механизмы. Данные в файл записываются в уже зашифрованном виде. Это обеспечивает высокий уровень защиты. Однако это не подходит для хранения больших объемов данных, не позволяет их структурировать и производить выборку средствами SQL.

Существует так же метод, в котором сначала происходит шифрование данных, а после этого они записываются в БД. Использование этого метода оправдано только в том случае, если нет необходимости производить выборку данных.

Шифрование данных позволяет надежно защитить информацию от третьих лиц. Даже в случае, если на телефоне установлены права суперпользователя, доступ к данным становится затруднительным, т.к. они хранятся в зашифрованном виде.

Хранение данных на удаленном сервере

Данные хранятся в базе данных, доступ к которой предоставляет удаленный сервер. Приложение запрашивает у сервера нужные ему данные в нужном виде. Сервер извлекает данные из БД, производит над ними необходимые операции и отдает приложению. В данном случае серверу не важно, кто запрашивает данные: владелец или третье лицо (рис. 1).

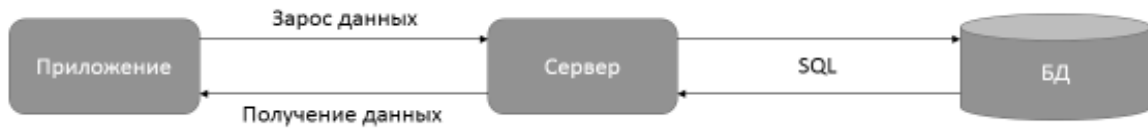


Рис. 1. Использование архитектуры клиент-сервер

Для обеспечения безопасности необходимо ввести возможность авторизации пользователя с помощью логина и пароля (рис. 2).



Рис. 2. Авторизация с использованием логина и пароля

При запуске приложение запрашивает у пользователя логин и пароль и отправляет их серверу вместе с запросом необходимых данных. В случае если логин и пароль совпадают, сервер проделывает ту же работу, которая была описана выше и отдает данные приложению. В этом случае авторизация считается успешной. Затем приложение генерирует токен сессии, который считается активным до тех пор, пока пользователь не бездействует определенное количество времени. По истечении заданного интервала времени токен становится не активным. При каждом запуске приложение проверяет токен и в случае, если он не активен, просит заново ввести логин и пароль. Данная схема работает надежно, но ее можно улучшить внося изменения в алгоритм работы приложения (рис. 3).



Рис. 3. Авторизация с использованием пин-кода

Алгоритм работы с сервером не изменяется. При первом запуске приложение просит ввести пин-код, логин и пароль, которые сохраняет в своем KV-хранилище. По истечении срока жизни токена приложение просит ввести пользователя пин-код. Если он введен верно, логин и пароль для прохождения авторизации отправляются на сервер автоматически.

В этом случае данные надежно защищены, но приложение становится зависимым от сервера. Если сервер не доступен, то получается невозможным получение данных от сервера и приложение становится неработоспособным. Так же появляется необходимость в постоянном подключении к сети Интернет и администрировании сервера.

Библиографический список

1. Сакабаев А. А., Уалиев Н. Ж. Угрозы безопасности мобильных платформ// ScienceTimeВыпуск № 2 (14) / 2015. ЖГУ им. И. Жансугурова, г. Талдыкорган.
2. Tom St Denis. Cryptography for Developers. M.: Syngress, 2007.

УДК 327

Д. А. Малинко, К. М. Брякова

студенты кафедры международных экономических отношений

В. Л. Хейфец

д-р ист. наук, доц. – научный руководитель

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АНТИРОССИЙСКИХ СИЛ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА УКРАИНСКИЙ КРИЗИС. ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Кризис на Украине – политический кризис, спровоцированный в ноябре 2013 г. решением украинского правительства приостановить процесс подписания Соглашения об ассоциации с Евросоюзом. Это решение привело к массовой акции протеста в центре Киева, а также в других городах Украины, получившей в социальных сетях и СМИ название «Евромайдан». В отличие от «оранжевой революции», ранее произошедшей в этой стране, и грузинской «революции роз», конфликт перешел в фазу внутрисударственного вооруженного противостояния и практически перерос в гражданскую войну.

Напомним, что в конце февраля Верховная Рада Украины приняла постановление о самоустранении четвертого президента Украины Виктора Януковича от должности, в обход процедуры импичмента. Потом много всего случилось: ушел Крым, восстал Восток, началась (и продолжается до сих пор) антитеррористическая операция, президентские выборы выиграл Петр Порошенко, в парламенте – «проевропейское» большинство, Россия из стратегического партнера превратилась в «страну-агрессора»...

Россия и украинский конфликт. Неизбежным следствием победы второго Майдана в Киеве стало углубление поляризации украинского общества по географическому принципу и обострение сепаратистских тенденций на юго-востоке страны.

Разговоры о том, что «обстановка на Украине вновь взрывоопасная», на самом деле несколько расплывчаты. Несмотря на то, что противоборствующие стороны еще в сентябре прошлого года договорились прекратить огонь, реальность такова, что конфликт, который длится в этой стране более года, так и продолжает оставаться неразрешимым. Более того, в последнее время, когда внимание мировой общественности сосредоточилось на событиях в Париже, «Аль-Каиде» в Йемене и Исламском государстве, вооруженный конфликт на Украине вспыхнул с новой силой на всех направлениях.

Анализируя все аспекты конфликта, нельзя не придти к выводу, что за кулисами украинского кризиса явным образом просматриваются, как минимум, следующие основные силы: Европа;

США; Россия. Относительно США, прежде всего, необходимо отметить то обстоятельство, что, несмотря на различия и противоречия между «республиканцами» и «демократами» (так ярко проявившиеся в ходе «арабской весны»), их позиции в украинском конфликте во многом близки. Связано это с тем, что обе стороны выступают за сохранение статуса своего государства в качестве глобальной мировой державы. Что же касается России, то она выступает как часть блока тех государств, которые пытаются противостоять концепции однополярного мира во главе с США.

В международном плане украинский кризис призван придать под предлогом «российской угрозы» новый смысл и импульс существованию и расширению НАТО и продвижению американской военной машины к границам с Россией, укрепить позиции США в отношении Китая, ускорить трансатлантическую интеграцию в экономике [1].

Объективно, в сложившейся обстановке, для России было как минимум три варианта решения: а) не вмешиваться в ситуацию, что неминуемо привело бы к взятию всей Украины радикальными антироссийскими силами со всеми вытекающими отсюда последствиями, в т. ч. в виде военных баз НАТО, системы ПРО и т. д.; б) попытаться заключить соглашение с «умеренными силами», что, в принципе, осуществлялось не один раз, но постоянно срывалось радикалами; в) принять участие в кризисе методом «мягкой» (soft) или «жесткой» (hard) силы; как видно, и по событиям в Крыму, и на юго-востоке Украины пока используется «мягкая сила».

Отношение к России в мире на фоне украинского кризиса. Недавно Премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон, выступая в Палате общин, заявил, что отношения России с остальным миром могут значительно поменяться [3]. Отношение к России действительно сейчас претерпевает серьезные изменения, причем происходит это не только на высоком политическом уровне. Наблюдаются перемены, происходящие в массовом сознании граждан других стран, перемены в общественном мнении относительно роли и места России в мире, имиджа страны и ее руководителей. Периодически в новостных лентах со ссылкой на данные международных опросов проходят сообщения о том, что к России в мире стали значительно хуже относиться, что, по мнению населения разных стран, международное влияние нашей страны снижается, и ее авторитет падает, а напряженность возрастает.

В 2014 г. Международной службой ВВС было проведено масштабное исследование, посвященное оценке характера влияния шестнадцати крупнейших государств на положение дел во всем мире. В опросе приняло участие 24,5 тыс. чел. из 24 стран, включая Россию. Нужно отметить, что проводился опрос в период с 17 декабря 2013 г. по 28 апреля 2014 г., то есть, еще до развития украинского кризиса. В результате исследования выяснилось, что в половине стран отношение к России ухудшилось. Причем, если по сравнению с предыдущим годом негативное восприятие России увеличилось на 4 пункта, то сопоставление данных, полученных за весь период проведения мониторинга (с 2005 г.), показывает потерю репутации уже на 12 пунктов. По данным исследования, хуже всего воспринимают Россию жители Европейских государств, Израиля и Северной Америки. Только в семи странах отношение населения к России оказалось преимущественно положительным – это Китай, Индия, Гана, Турция, Чили, Перу и Мексика (рис. 1) [3, с. 7].

Результаты другого масштабного исследования, задачей которого являлось выяснение имиджа России, корреспондируют с приведенными выше данными. Опрос проводился в сорока четырех странах мира в период с 17 марта по 5 июня 2014 г. американской исследовательской компанией Pew Research Center. Данное исследование особенно интересно тем, что демонстрирует взгляд мирового сообщества на Россию уже во время развития украинского кризиса. Оно показало, что в 2014 г. антироссийские настроения существенно усилились и стали свойственны подавляющему большинству стран-участниц опроса.

Последствиями негативного отношения к России стали санкции, главными «инициаторами» которых являются США и ЕС.

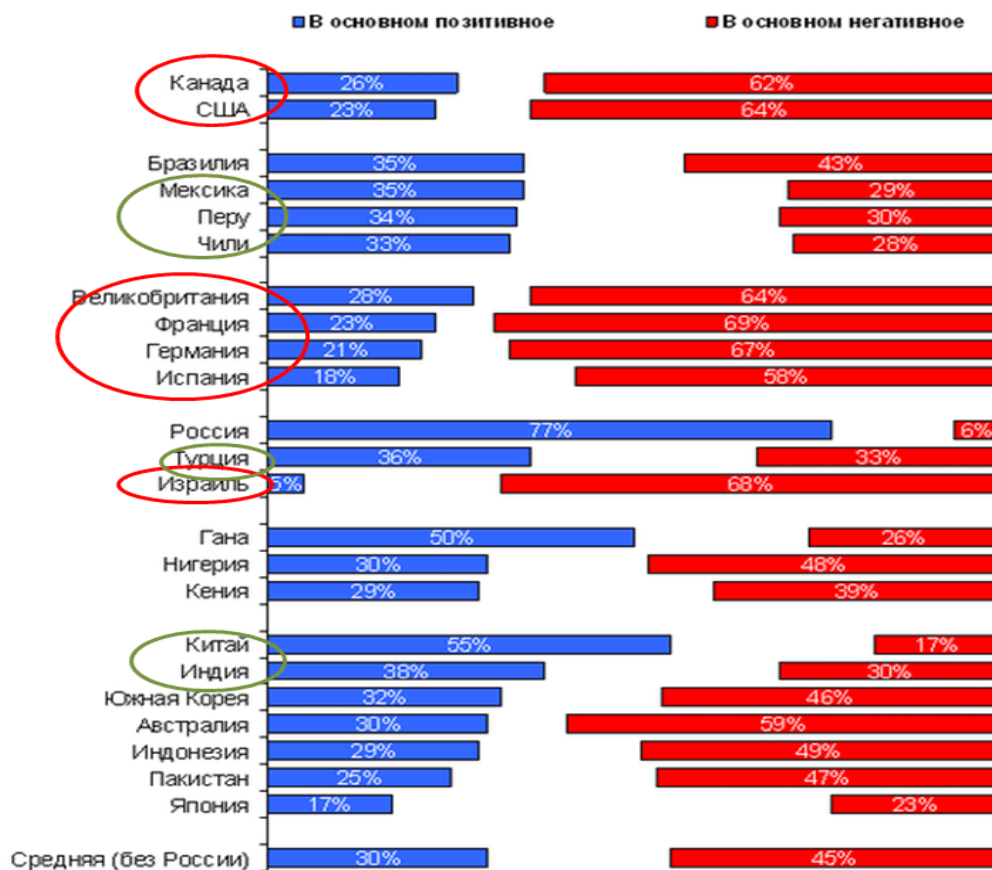


Рис. 1. Оценка влияния России на положение дел в мире населением разных стран

США. В начале апреля президент США Барак Обама подписал принятый конгрессом закон об использовании карательных мер против лиц, подрывающих суверенитет и территориальную целостность Украины, а также конкретно против «людей в Российской Федерации, вовлеченных в коррупцию существенных масштабов или ответственных за нее». Санкции сводятся к замораживанию активов, находящихся под юрисдикцией США, и отказу в выдаче американских въездных виз. Причем эти рестрикции законопроект позволяет распространять не только на людей, непосредственно виновных, по мнению властей США, в подрыве суверенитета и территориальной целостности Украины или в коррупции в России, но и на деловых партнеров таких лиц, а также на членов их семей.

ЕС. 31 июля 2014 г. были опубликованы секторальные санкции, которые вступили в силу 1 августа сроком на 12 месяцев с возможностью пересмотра через три месяца. Секторальные санкции включают эмбарго на поставки вооружений в Россию и вывоз из РФ оружия, «а также связанных с ним материалов», запрет на ввоз в РФ «товаров и технологий двойного назначения», которые могут использоваться в военных целях, на предоставление РФ инновационных технологий для нефтедобывающей промышленности.

Резко изменилось отношение к РФ в сторону негатива в СБ ООН (рис. 2). Данные были взяты по странам, являющимся постоянными членами ООН (США, Великобритания, Франция, Китай и РФ), а также по странам, избранным на двухлетний срок (в 2013 г. – Южная Корея, Пакистан, Аргентина; в 2014 г. – Южная Корея, Аргентина, Иордания, Чили, Нигерия). Если в 2013 г. баланс в целом был положительный (6%), то в 2014 – ухудшился более чем в два раза и стал отрицательным (-8,2%) [3, с.14].

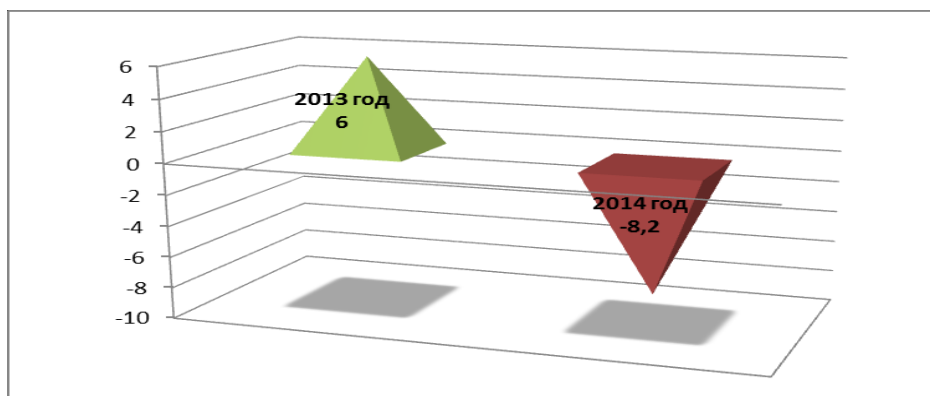


Рис. 2. Отношение к России в СБ ООН

Международный клуб G8, переформатированный весной 2014 г. в G7, объединяет лидеров крупнейших стран. Россия на саммит, открывшийся 4 июня в Брюсселе, не была приглашена. После исключения из клуба РФ соотношение сил поменялось и ухудшилось примерно в семь раз (данные по семи странам в 2013 г. и по шести странам в 2014 г.; по Канаде данные отсутствуют). Негативное отношение к России, преобладавшее год назад, но не являвшееся критическим, претерпело колоссальное изменение. Говорить о том, что выносимые на обсуждения G7 вопросы будут хотя бы в минимальной степени полезны с точки зрения имиджа и национальных интересов нашей страны, на текущий момент не представляется возможным. Об этом свидетельствует и тема последнего саммита в Брюсселе – «Ситуация на Украине. Обсуждение расширения санкций против России», на котором пророссийская позиция представлена не была совсем.

Позитивную динамику продемонстрировала группа БРИКС, члены которой (Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР) улучшили отношение к РФ по сравнению с предыдущим годом [2].

В целом баланс отношения к России по состоянию на 2014 г. в различных международных организациях выглядит следующим образом (рис. 3) [3, с. 16].

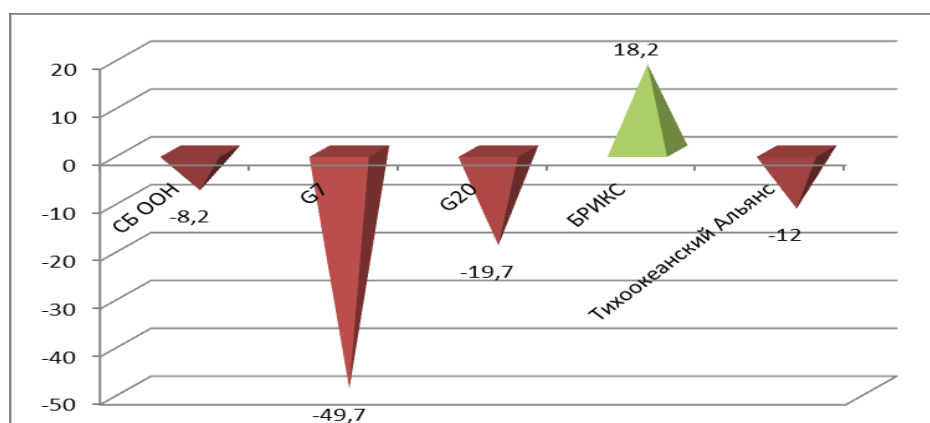


Рис. 3. Отношение к России в международных организациях

Украинский кризис: итоги и перспективы для России. Украинский кризис со всей очевидностью обнажил целый ряд серьезных проблем, как в современной системе международных отношений, так и во внешней политике нашей страны. Этот кризис в равной степени преподнес России целый ряд уроков, которые следует учесть. Один из важных уроков, который дал второй Майдан в Киеве – шаткость системы договоренностей и государственных границ на постсоветском пространстве, свидетельствующая о том, что процессы, начатые на рубеже 1980–1990-х гг. распадом СССР, имеют тенденцию к продолжению. С международной точки зрения украинский

кризис 2014 г. также выявил целый ряд проблемных узлов для России. Важным стало осознание того, что Запад готов вступить в открытое противоборство с Россией за влияние на Украину и консолидироваться вокруг украинского вопроса. В настоящее время мы наблюдаем самую высокую степень консолидации США и Евросоюза за последние десятилетия. Это стало одним из самых серьезных внешнеполитических просчетов, причина которого – убежденность в том, что экономические связи нашей страны и крупнейших государств Евросоюза, особенно, Германии, возобладают над геостратегическими. Была недооценена общая ценностная платформа, на которой уже десятилетия стоят Европа и США. Евросоюз и США со времен плана Маршалла и Холодной войны связаны очень прочными узами, и эти узлы сохранились вплоть до настоящего времени. США пытаются реализовать концепцию недопущения появления в Европе альтернативного центра притяжения в лице Москвы. В этом плане никакие надежды на возможность установления партнерства по линии Ближнего Востока, сокращения разоружений, космоса, экологии не изменят общий вектор. По тактическим вопросам, ситуативно, компромиссы могут быть найдены, но стратегически охлаждение отношений России и Запада, вероятно, надолго. Конфликт на Юго-Востоке Украины фактически превращен в кнопку, при нажатии которой начинается резкая эскалация российско-американских отношений.

Библиографический список

1. Гущин А., Левченков А. Украинский кризис 2014 года: итоги и перспективы для России // Политком.RU. 2014.
2. Лукин А. В. Консолидация незападного мира на фоне украинского кризиса: Россия и Китай, ШОС и БРИКС // Международная жизнь. 2015. № 2. С.72–91.
3. Сулакшин С. С., Хвыля-Олинтер Н.А. Отношение к России в мире. М.: Наука и политика, 2015. 28 с.

УДК 519.95.01

Д. Е. Марченкова

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Т. Ф. Осипова

научный руководитель

IDEF0-МОДЕЛЬ ПРОЦЕССА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Моделирование на основе IDEF0-технологии используется менеджерами для проектирования информационных систем, обеспечивающих быстрое и правильное выполнение бизнес-процессов [1]. Инструменты моделирования включают большое число различных методов, начиная с системного моделирования [2] и кончая моделированием с помощью структурного метода [3].

Проектирование информационной системы (ИС) менеджером стало популярным особенно в последнее время, вследствие появления соответствующих стандартов и поддерживающих их CASE-средств. Прежде всего, необходимо описать деятельность организации при реализации бизнес-процессов. Сюда включаются описания деловых объектов, в частности, подразделения, ресурсы, роли, операции и т. д. В бизнес-процессе указываются связи между объектами и формируются требования к информационной системе, их соответствующее содержание и определяются цели автоматизации. Следовательно, модель процесса проектирования информационной системы – компактное, упрощенное представление об автоматизированном бизнесе, предназначенное для целостного представления и анализа деятельности всей совокупности взаимосвязанных объектов бизнеса. Создание такой модели может использоваться как один из шагов проектирования всего бизнес-процесса организации. Актуальность состоит в том, что

при моделировании приходится иметь дело с выбором конкретного метода из достаточно большого спектра существующих методов.

Следуя предложениям Д. Росса [4], построим процесс моделирования с помощью IDEF0-технологии. Результатом моделирования должен быть сценарий, содержащий совокупность IDEF0-диаграмм. Контекстная диаграмма функциональной модели процесса проектирования построена по IDEF0-технологии. Результат показан на рис. 1. Диаграмма включает основное действие процесса «Проектирование информационной системы», стрелки входных данных «Входные документы ИС» и выходных результатов «Выходные документы ИС», а также участников процесса «Персонал», «CASE-средства» и «СУБД». Начиная декомпозицию, получим диаграмму второго уровня дерева узлов. Она показана на рис.2. В диаграмме два действия «Анализ предметной области» и «Разработка ИС», которые определяют продолжение процесса моделирования. Следует отметить появление нового выхода «Требования к АИС», связанного с работой второго действия. Декомпозиция продолжается для первого действия. На рис. 3 показана диаграмма третьего уровня дерева узлов. Она содержит три действия, причем для действий «Описание технологии...» вновь появляются новые выходы. На четвертом уровне дерева узлов находится диаграмма функциональной модели, показанная на рис. 4. Наконец, на рис. 5 приведено дерево узлов декомпозиции процесса моделирования проектирования информационной системы.

Процесс моделирования для описания проектирования информационной системы можно продолжать сколь угодно долго, получая все более подробную модель. Однако здесь следует остановиться на четырех уровнях дерева узлов декомпозиции процесса моделирования.

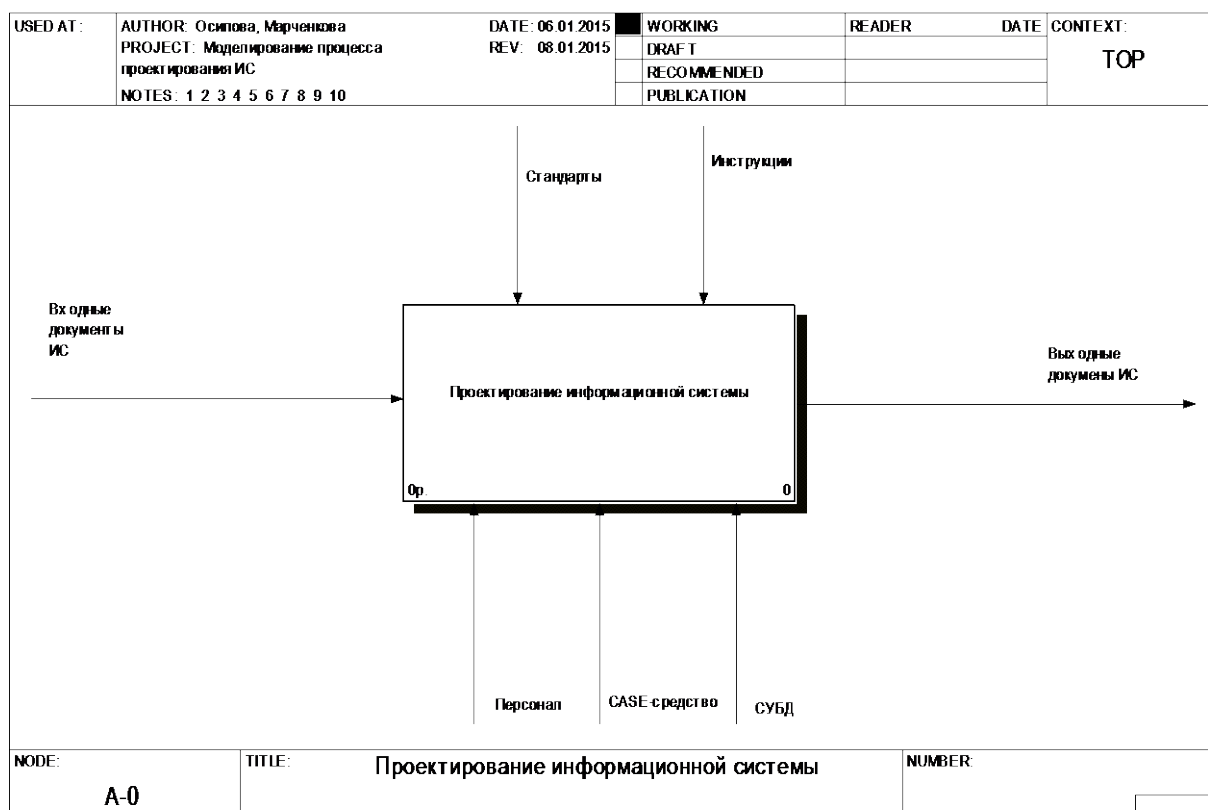


Рис. 1. Контекстная диаграмма функциональной модели процесса проектирования

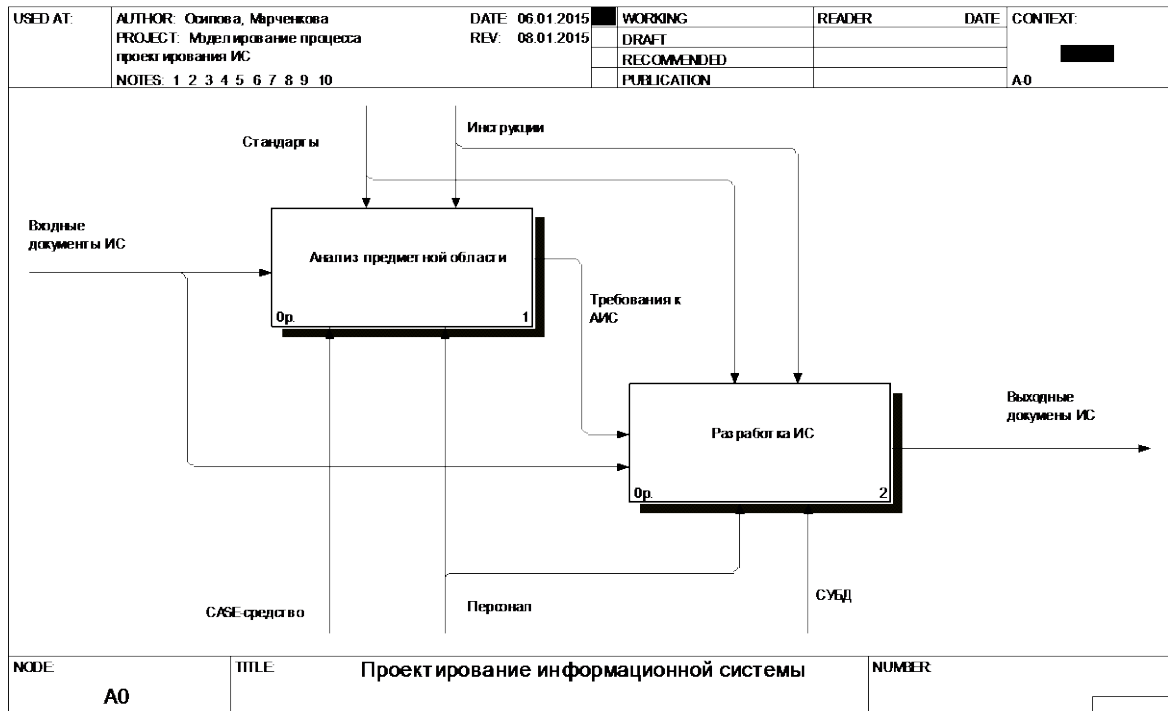


Рис.2. Диаграмма функциональной модели второго уровня дерева узлов

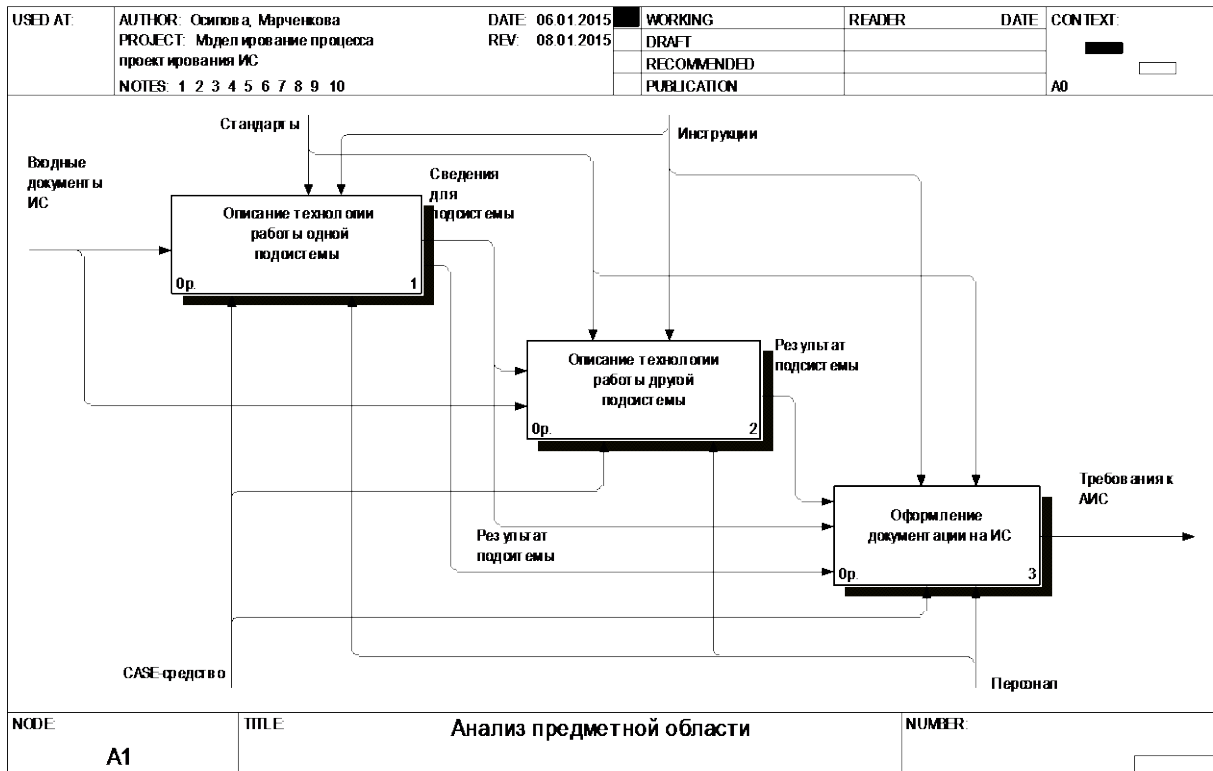


Рис. 3. Диаграмма функциональной модели третьего уровня дерева узлов

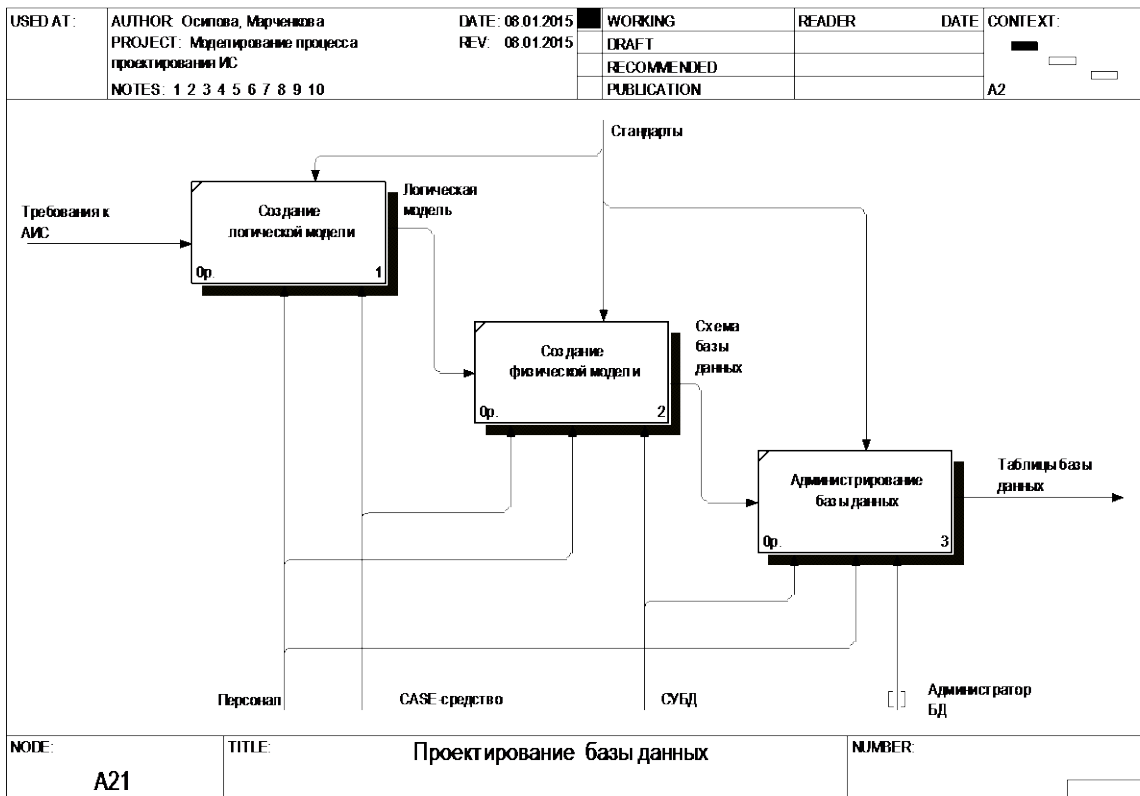


Рис. 4. Диаграмма функциональной модели четвертого уровня дерева узлов

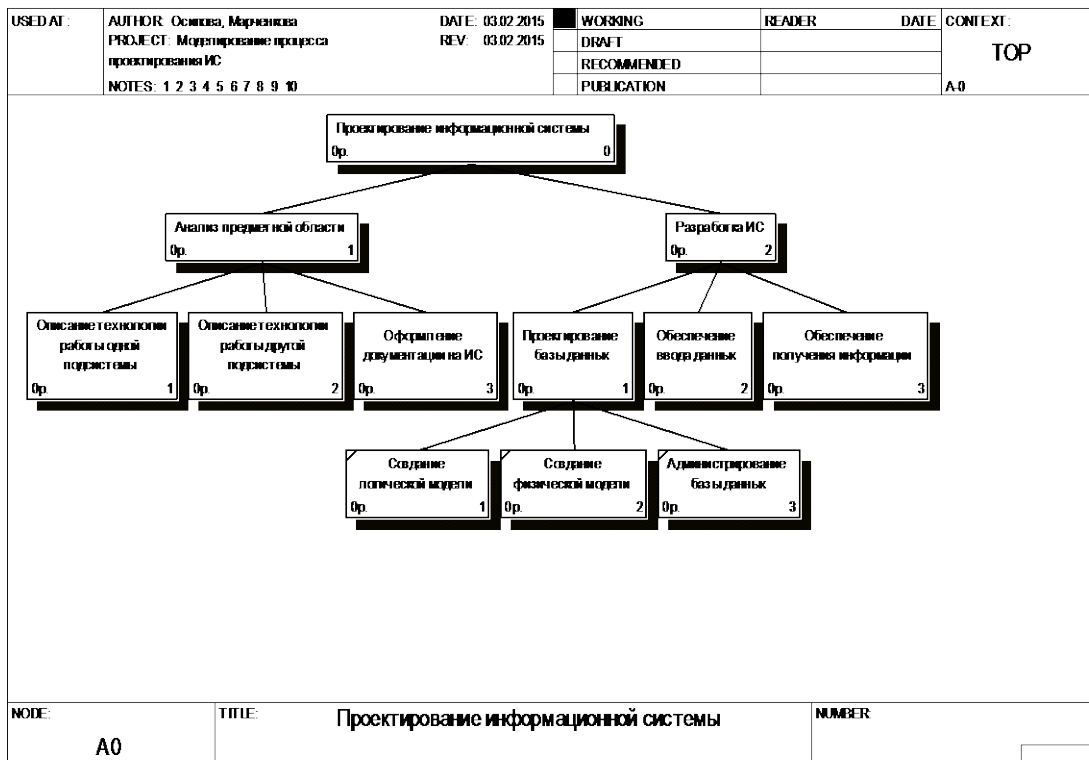


Рис. 5. Дерево узлов декомпозиции процесса моделирования проектирования информационной системы

Функциональная модель дает возможность проанализировать исследуемый бизнес-процесс. В частности, можно выполнить стоимостной анализ каждого действия, определяемого в функциональном блоке [5]. Благодаря проведенной декомпозиции, стоимость действия будет зависеть не только от собственных затрат, но и от затрат тех действий, которые связаны с ним. Дерево декомпозиции показано на рис. 5. Блок А1 – исследуемое действие функциональной модели. Оно связано в результате декомпозиции с действиями А11, А12. Это значит, что А1 разбивается на А11, А12, а А11, в свою очередь разбивается на А111, А112, А113. А12 разбивается на А121, А122 и А123. В свою очередь А121 разбивается на А1211, А212 и А1213.

Каждое действие A_{ij} , являющееся концевой вершиной дерева декомпозиции, характеризуется совокупностью затрат Z_{ij} и трудоемкостей T_{ij} :

$$Z_{ij} = S_{ij} \cdot F_{ij}, \quad T_{ij} = D_{ij} \cdot F_{ij},$$

где S_{ij} – тариф для A_i по затратам Z_j ; D_{ij} – длительность, на которую рассчитываются трудоемкости; F_{ij} – частота использования A_{ij} .

Следовательно, затраты и трудоемкости родительских действий будут следующими:

$$Z_{121} = Z_{1211} + Z_{1212} + Z_{1213}, \quad T_{121} = T_{1211} + T_{1212} + T_{1213}$$

$$Z_{12} = Z_{121} + Z_{122} + Z_{123}, \quad T_{12} = T_{121} + T_{122} + T_{123}$$

$$Z_{11} = Z_{111} + Z_{112} + Z_{113}, \quad T_{11} = T_{111} + T_{112} + T_{113}$$

$$Z_1 = Z_{11} + Z_{12}, \quad T_1 = T_{11} + T_{12}.$$

Предположим, разработка ИС должна быть выполнена за 3 месяца, участвуют 2 человека, на А11 – надо уложиться в 1 месяц и 2 месяца на А12. Длительность D по действиям распределяется следующим образом А111, А112, А113 по 10 дней, для А121, А122 и А123 и А1211, А212 и А1213 тоже по 10 дней, частота $F = 1$. Тарифы статей затрат распределяются следующим образом:

- для анализа предметной области S_1 – зарплата, S_2 – налоги, S_3 – прочие;
- для разработки ИС будут включать кроме затрат S_1 , S_2 и S_3 также тарифы статей затрат на программное S_4 и техническое обеспечение S_5 .

В каждом конкретном случае, подставляя значения затрат, автоматически получим затраты на разработку информационной системы.

Системное моделирование в таком случае становится необходимым элементом разработки на самых начальных этапах, когда осуществляются проектирование, планирование и подготовка производства. Использование при системном моделировании нашедших большое распространение в настоящее время CASE-средств позволяет говорить о полной автоматизации всех этапов создания новых технических объектов: системотехника → схемотехника → подготовка производства.

Библиографический список

1. Процессный подход к управлению организацией. Аналитический обзор В. Г. Елиферова. <http://www.finexpert.ru/analiit/an9.htm>. 04.09.2002.
2. Бритов Г. С. Методология системного моделирования. // Бритов Г. С. Вестник молодых ученых. № 8. 2004. 3–17 с.
3. Осипова Т. Ф. Анализ методов моделирования бизнес-процессов / Т. Ф. Осипова // Ученые записки Международного банковского института. Вып. 8. Актуальные проблемы экономики и инновации в образовании. Т. 1. СПб.: Изд-во МБИ. 2014. С. 273–279.
4. Росс Д. Структурный анализ: язык для передачи понимания / Росс. Д. В сб. Требования и спецификации в разработке программ. – М.: Мир, 1984. С. 240–285.
5. Маклаков С. Создание информационных систем с OLLFusion Modeling Suite. – М.: – Диалог-МИФИ, 2003 – 432 с.

УДК 331.2

М. А. Матвеева

студент кафедры менеджмента

М. Л. Кричевский

д-р техн. наук, проф. – научный руководитель

ДЕНЕЖНАЯ МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Подкрепить интерес сотрудников к достижению результатов и решению поставленных задач можно только с помощью привязки их к денежному вознаграждению, выплачиваемому при достижении результатов.

В настоящее время методику определения результатов и механизмов денежного вознаграждения называют системой мотивации на базе KPI (Key Performance Indicators) – ключевого индикатора выполнения или ключевого показателя эффективности.

Разрабатывается данная система на основе стратегии компании, формируются количественные и качественные показатели эффективности деятельности, которые направлены на достижение стратегических и тактических целей. Индивидуальные показатели рассматриваются в совокупности со всей системой KPI, которые являются «индикатором» качества и количества работы как конкретного сотрудника, так и всей компании в целом.

Сотрудник должен понимать, что достижение личных целей в данной системе возможно только при достижении целей организации. Чаще всего источником выплаты переменной части заработной платы является прибыль. Если цель не достигнута и прибыль не получена, то интересы сотрудника не будут учтены. Данный баланс интересов между целями компании и работника является очень эффективным мотивационным фактором.

В западных странах данная система внедрена на многих предприятиях. Считается, что грамотно выстроенная система KPI может увеличить прибыль компании от 10 до 30%, так как ориентирует работу на результат и одновременно повышает мотивацию и лояльность персонала [2].

При разработке эффективной системы KPI следует учитывать следующие группы требований:

- адресная принадлежность. Коэффициенты должны быть привязаны к стратегическим, операционным целям организации, к бизнес-процессам и проектам развития;
- достижимость показателей. Утвержденные показатели и нормативы должны быть достижимы;
- сопоставимость показателей. Должна присутствовать возможность сравнить показатели в подобных ситуациях;
- простота измерений. Сотрудник должен иметь возможность самостоятельно измерить все показатели;
- сбалансированность показателей. В системе показатели не должны конфликтовать друг с другом;
- показатели должны способствовать мотивации, росту и эффективности персонала.

Рассмотрим систему KPI на примере менеджера по потребительским кредитам. Стратегической целью банка является завоевание лидирующих позиций по предоставлению розничных услуг.

Заработная плата сотрудника состоит из базовой оплаты, которая фиксируется в трудовом договоре и зависит от фактически отработанного времени, и прибавки к базовой оплате, складывающейся из:

- переменной части в виде поощрения, которая привязана к достижению предварительно поставленных целей;

– мотивации, как дополнительная выплата за перевыполнение плана.
Для системы КРІ были разработаны следующие показатели:

$$M = M_{\text{var}} + M_{\text{o}} + M_{\text{g}},$$

где M – общая сумма мотивации; M_{var} – сумма ежемесячной мотивации по переменной части; M_{o} – сумма ежемесячной мотивации за перевыполнение плана по потребительским кредитам; M_{g} – сумма ежемесячной мотивации за качество обслуживания.

Сумма ежемесячной мотивации по переменной части:

$$M_{\text{var}} = K_1,$$

$$K_1 = \frac{A_{\text{fact}}}{A_{\text{plan}}},$$

где K_1 – коэффициент выполнения индивидуального плана сотрудником по потребительским кредитам; A_{fact} – фактическая сумма выданных потребительских кредитов; A_{plan} – плановая сумма по потребительским кредитам.

При $K_1 = 1$ вся прибавка приравнивается к 0.

Сумма ежемесячной мотивации за перевыполнение плана по потребительским кредитам:

$$M_{\text{o}} = P \times S,$$

где P – процент перевыполнения индивидуального плана сотрудников по потребительским кредитам, а S – стоимость процента перевыполнения плана.

Если $P \leq 0$, то показатель приравнивается к 0.

В табл. 1 представлены данные о стоимости процента перевыполнения плана.

Таблица 1

Стоимость перевыполнения плана по потребительским кредитам

$P_i, \%$	$0 < P \leq 15$	$15 < P \leq 30$	$30 < P \leq 65$	$65 < P \leq 100$	$100 < P \leq 130$	$P > 130$
S, euro	0,90	1,2	1,4	1,8	2,0	2,3

Ежемесячная мотивация за качество обслуживания рассчитывается по формуле:

$$M_{\text{g}} = B \times (1 - N \times K - L \times K) \times 100\%,$$

где B – базовая часть премии; N – количество организационных ошибок; K – «стоимость нарушения»; L – количество нарушений по качеству.

Для каждого нарушения предусматривается «стоимость нарушения», которая пересматривается в соответствии с требованиями бизнеса.

Кроме этого, один раз в квартал производится оценка уровня знаний сотрудника, которая также является дополнительной мотивацией. Если оценка ниже целевого значения (75%), то сотрудник обязан пересдать тест в течение одной рабочей недели. Результаты ежеквартального тестирования влияют на значение показателя качества обслуживания.

Рассматривая мотивацию на примере менеджера по потребительским кредитам, можно сделать вывод о том, что представленная система нацелена на перевыполнение плана работ с условием дополнительной оплаты переменной части. Верхняя планка поощрительного вознаграждения не установлена, следовательно, банк заинтересован в максимальном привлечении клиентов. Четкая и понятная система материального вознаграждения на основе показателей КРІ отражает то, что ценит данная компания и за что она готова платить. Сотрудник имеет представление о том, что является важным и приоритетным в его работе.

Помимо перевыполнения плана, немаловажным фактором для расчета мотивации является сервис. Имидж компании и компетентные сотрудники играют одну из основных ролей в достижении стратегических и операционных целей банка.

Рассмотренная система вознаграждения имеет как свои преимущества, так и недостатки.

К преимуществам можно отнести справедливость данной системы, сотрудника достойно вознаграждают за вклад в общий успех компании, а в случае неуспеха идет распределение рисков между сотрудниками и компанией. Работник получает вознаграждение за достижения и результаты работы, следовательно, система ориентирована на результат.

К недостаткам можно отнести то, что не все сотрудники могут напрямую влиять на показатели KPI. При систематическом недостижении результата сотрудник может быть понижен в должности. Внедрение данной системы является дорогостоящим процессом. Неполный набор KPI приводит к ошибкам и перекосам в объективности, которые могут негативно сказаться на деятельности компании, особенно на этапе планирования.

Библиографический список

1. Ключков А. К. KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо, 2010. 160 с.
2. Krause H-U. Controlling – Kennzahlen – Key Performance Indicators / Arora D. München: Oldenburg, 2010. 739 p.

УДК 330.332

Д. Д. Минина

магистрант кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

АНАЛИЗ РИСКА В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Понятие риска в управлении проектами связано с возникновением непредвиденных событий, которые могут повлиять на конечные результаты проекта или нанести какой-либо ущерб при его реализации. Риск оценивается вероятностью появления таких событий.

По отношению к проекту риски могут быть внешние и внутренние. Факторами внешних рисков являются неожиданные государственные меры регулирования; природные катастрофы; преступления; неожиданные социальные и экологические воздействия; политическая нестабильность; экономические изменения; банкротство; нарушение контрактов; повышение стоимости сырья; изменения требований потребителя; усиление конкуренции; потеря позиций на рынке; нарушение безопасности; изменение валютных курсов; нерасчетная инфляция и др.

Внутренние риски подразделяются на нетехнические, технические, правовые и страхуемые.

К факторам возникновения внутренних нетехнических рисков относятся:

– срывы планов работ из-за недостатка рабочей силы, нехватки материалов, плохих условий работы, нереальности планов, недостатка координации работ, смены руководства, изменений требований заказчика;

– перерасход средств из-за срывов планов работ, неправильной стратегии снабжения, неквалифицированного персонала, переплат по материалам, услугам и т. д.,

– параллелизм в работах, неучтенных внешних факторов.

Внутренние технические риски возникают из-за изменения технологии, несоответствия проектно-строительных решений техническим условиям, ухудшения качества работ, снижения производительности и др.

К факторам возникновения правовых рисков относят отсутствие лицензий и патентных прав, ошибки в контрактах, судебные процессы, форс-мажор.

Факторы возникновения страхуемых рисков включают прямой ущерб имуществу; косвенные потери; риски, страхуемые в соответствии с нормативными документами посторонним лицам; несчастные случаи на производстве.

В зависимости от последствий появления того или иного рискового события риски подразделяют на допустимые, критические и катастрофические.

В качестве допустимого риска можно принять угрозу полной потери прибыли от того или иного проекта. Критический риск сопряжен не только с потерей прибыли, но и с недополучением предполагаемой выручки, когда затраты приходится возмещать за свой счет. Наиболее опасным является катастрофический риск, приводящий к банкротству предприятия.

В зависимости от уровня возникновения риски подразделяются на экономические, отраслевые, риски проектно-строительных решений, риски подрядной строительной организации.

Экономический риск зависит от развития экономики страны в целом и отрасли в частности. Этот риск является неуправляемым для конкретного проекта.

Отраслевой риск связан с особенностями функционирования отрасли. Источниками риска могут выступать: изменения в налоговых формах, правилах, инструкциях, трудовых отношениях и т. п., действующих в данной отрасли.

Риск проектно-строительных решений обусловлен особенностями проекта, такими как тип проекта, географическое размещение объекта, применяемое оборудование и материалы и т. п. Риск подрядной строительной организации включает три основных элемента:

- деловой риск, обусловленный уровнем конкурентоспособности организации;
- финансовый риск, обусловленный возможностью оперативного реагирования на изменения в финансовой среде;
- производственный риск, обусловленный применением методов стратегического (долгосрочного) текущего и оперативного планирования.

Риск подрядной строительной организации и риск проектно-строительных решений являются управляемыми в отличие от экономического и отраслевого рисков [1].

Анализ риска заключается в выявлении факторов риска и оценки их значимости. С помощью анализа риска оценивается его влияние на предполагаемые результаты проекта, и участники проекта получают необходимые данные для принятия решений по защите от возможных финансовых потерь.

Существует два взаимно дополняющих друг друга вида анализа рисков: качественный и количественный.

Целью качественного анализа рисков является определение факторов, области и видов рисков.

Цель количественного анализа рисков – численное определение размеров отдельных рисков и общего риска в целом. При количественном анализе риска могут использоваться различные методы. Наиболее распространенные – статистический метод, метод анализа целесообразности затрат, метод экспертных оценок и метод аналогий. Суть статистического метода заключается в изучении статистики потерь и прибылей, установлении величины экономической отдачи и составлении наиболее вероятного прогноза на будущее. Для количественного анализа рисков используется метод статистических испытаний (метод Монте-Карло). Анализ риска, основанный на применении данного метода, представляет собой методологию оценки эффекта неопределенности, охватывающей ключевые переменные. Достоинством этого метода является возможность анализировать и оценивать различные сценарии реализации проекта и учитывать разные факторы риска. Результатом анализа риска в этом случае является вероятностное распределение всех возможных предполагаемых значений прибыльности (доходности).

Метод анализа целесообразности затрат ориентирован на идентификацию потенциальных зон риска. Перерасход затрат может быть вызван первоначальной недооценкой стоимости, изменением границ проекта, различием в производительности, увеличением первоначальной стоимости. Эти основные факторы детализируются, и составляется подробный контрольный перечень для каждого конкретного проекта.

Для анализа целесообразности затрат по проекту выделяют пять зон:

- безрисковая зона, соответствующая минимальным затратам;
- зона минимального риска, соответствующая запланированной величине затрат;
- зона повышенного риска, когда имеется незначительный перерасход средств;
- зона критического риска, когда имеется значительный перерасход средств;
- зона кризисного состояния, когда проект находится на грани банкротства.

При идентификации финансовой ситуации для каждой зоны определяются показатели устойчивости.

Метод экспертных оценок заключается в обработке мнений опытных специалистов и при анализе риска включает: разработку анкеты и получения экспертных оценок; выбор метода оценки согласованности мнений экспертов; установление значимости факторов риска и их последствий; создание модели механизма действия рисков; установление взаимосвязи отдельных рисков. Метод позволяет разделить очень сложный комплекс рисков на управляемые составляющие и определить вероятность появления и последствий исследуемых рисков.

Метод аналогий при анализе риска проекта использует данные о последствиях воздействия неблагоприятных факторов риска на другие ранее выполняемые аналогичные проекты. Полученные таким образом данные обрабатываются для выявления зависимостей с целью учета потенциального риска при реализации нового проекта. На основе этих данных делаются заключения общего характера, которые используются в дальнейшем при принятии решений [2].

Результатом анализа воздействия рискованных событий является оценка возможных ущербов на основе определения степени неопределенности и надежности, оцениваемой показателем чувствительности, который дает точную оценку того, насколько чувствителен проект к изменению исходных параметров. Чем сильнее эта зависимость, тем выше риск реализации проекта.

Библиографический список

1. <http://cribs.me/>
2. <http://utopiya.spb.ru/>

УДК 504.03

К. И. Нехорошева

студент кафедры «Финансы»

Ю. Н. Дьякова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

Институт экономики и управления ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Для реализации любого инвестиционного проекта необходимо наличие ряда условий, способных гарантировать успешную реализацию капитальных вложений. То есть гарантия того, что осуществление проекта принесет определенные блага, чаще всего прибыль, но не стоит забывать о некоммерческих организациях, которые в любом случае нуждаются в инвестициях.

Однако важным критерием при разработке, выборе и реализации инвестиционных проектов является их экологическая эффективность. То есть должны учитываться все внеэкономические последствия их осуществления. Данная тема является весьма актуальной, в настоящее время. Поэтому при разработке инвестиционных проектов включают процедуры экономической оценки. Оценка проводится либо в полном объеме или в более ограниченном масштабе, а иногда заменяется краткой справкой [1, 2].

Так, классификация проектов – это начало экологической оценки, проводимой в полном объеме. Определяются уровни данных для аналитики, а также характеристики проблем и непосредственная подготовка к оценке ведется в одно время с подготовкой, так называемых «технических заданий», необходимых для проведения оценки действия проектов на окружающую среду. Все это в последствии идет для формирования обоснования инвестиционного проекта [2].

Итак, необходимо выделить три принципиальные основы из общих критериев, предполагаемых для оценки инвестиционных проектов. Во-первых, проект, охватывающий территории с особо охраняемыми ресурсами. Во-вторых, критерий оценки чистой экологической выгоды, которая складывается в процессе осуществления проекта и может показать экономическую неэффективность проекта. И, в-третьих, повышение состояния окружающей среды, а также устранение загрязнения [1].

Таким образом, с помощью экологической оценки, инвестор может определить, к каким последствиям приведет реализация проекта [3]. Данное очень важно, так как, если проект экологически эффективен, и если он приветствуется и поддерживается органами государственной власти, это повышает его потенциал не только реализации, но и предполагаемую прибыль, и в целом устойчивость деятельности.

Поэтому существует общий порядок работ, по экологической оценке, инвестиционного проекта, предусматривающий выполнение нескольких этапов [1] (табл. 1).

Таблица 1

Этапы экологической оценки

Этап	Описание
1	Установление соответствия проекта к требованиям экологического законодательства
2	Установление необходимости получения дополнительной информации по проекту, а также формирование существенных требований к виду такой информации
3	Толкование приобретенных итогов в процессе детальной оценки
4	Процесс формирования экологических условий для разработки и осуществления инвестиционного проекта

Итак, чтобы оценить проекты, необходима четкая организация работы, что предполагает обусловленное приведение к единообразию способов к сбору, анализу и толкованию информации. И соответственно унификация методик получения и трактовки данных.

Таким образом, существует три основные процедуры оценки экологической эффективности.

И первая из них – это предварительный обзор инвестиционного проекта или так называемый «экологический скрининг».

При скрининге вводятся соотношения проекта к экологическим критериям, а также обуславливаются существенные требования по составу информации, необходимой для разработки проекта и его оценки. И чем полнее и детализированная информация по каждому направлению проекта, тем быстрее будет осуществлен скрининг [4].

Таким образом, операции скрининга включают:

- классификацию проектов по уровню влияния на среду;
- определение соответствия проектов критериям;
- установление приоритетности;
- подготовку Меморандума о скрининге [1].

По итогам скрининга принимается решение о возможности дальнейшего анализа проекта и начинается подготовка проектных решений в соответствии с требованиями инвестора.

Таким образом, следующей, второй процедурой оценки экологической эффективности инвестиционного проекта становится первичный экологический анализ.

Выделяют три направления первичного анализа:

- изучение способов управления качеством окружающей среды на предприятии;
- изучение имеющейся информации по прошлой и текущей деятельности;
- анализ итогов исследований [1].

По итогам первичного экологического анализа подготавливается отчет о результатах первичного анализа [5].

Третья процедура экологической оценки – детальная оценка. Задача детальной оценки состоит в подготовке для принятия решения о финансировании. Также будет осуществляться, по общей методике расчета, экологическая эффективность реализации проекта. Она базируется на выделении как прямого, так и косвенного эффекта (табл. 2).

Таблица 2

Виды эффекта экологического проекта

Вид эффекта	Характеристика	Особенности расчета
Прямой	Имеется в изменении уровня влияния на окружающую среду, основываемого деятельностью объекта и приводящего к совершенствованию качества среды, условий проживания населения и их здоровья	Определяются показатели при сравнении экологических результатов по состоянию окружающей среды, но после реализации проекта
Косвенный	Ожидается получение продукции, способной заместить сходную по своим качествам, а также изменение баланса потребления и производства продукции	Определяется способом сравнения показателей объемов производства продукции в смежных производствах или путем определения абсолютного уровня снижения загрязненности в результате уменьшения объемов природных ресурсов

Стоит отметить, что при оценке и отборе проектов экологический эффект определяется из показателей, как прямого, так и косвенного эффекта, потому что использование лишь одного эффекта приводит к неправильным выводам об экологической значимости и целесообразности проекта.

И заключительный этап детальной экологической оценки – это подготовка отчета. Отчет по детальной экономической оценке содержит информацию, полученную инвестором на всем протяжении работы с проектом.

Таким образом, главная задача, которую разрешает экологическая оценка эффективности инвестиционных проектов – это выявление возможных рисков при реализации проекта. Так с постоянным увеличением масштабов производства, быстрым расширением ассортимента производимой продукции увеличивается и риски появления экологических бедствий. Ведь вследствие технического прогресса и многообразия продуктов, мы с каждым днем потребляем все больше и мало, что способно замедлить этот процесс. В пример, можно привести хотя бы тот мусор, который образуется от потребления продуктов питания, но если он в целом является самоуничтожаемым (то есть гниет и разлагается), то упаковки, техника и т. д. не могут разложиться даже в течение всей жизни человека.

Однако просто надо понимать, что «жизнь – это чудо, она зародилась на Земле 4 миллиарда лет назад. Мы – люди, живем всего лишь 200 тысяч лет. Но за последние 50 лет Земля изменилась больше, чем за все это время. Мы успели разрушить баланс планеты, без его существования жизни невозможно. Но еще в наших силах сохранить наш Дом» [6].

Библиографический список

1. Экологическая оценка инвестиционных проектов Методологическое пособие «Центр подготовки и реализации международных проектов технического содействия Управление окружающей средой» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.infosait.ru (дата обращения 04.05.2015).
2. Федеральный закон от 23 ноября 1995 г. № 174-ФЗ «Об экологической экспертизе» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.base.garant.ru (дата обращения 04.05.2015).
3. Дильманова Э С. Эколого-экономическая эффективность инвестиционных проектов «Вестник СГТУ» 2014, № 1(74), том 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cyberleninka.ru (дата обращения 10.05.2015).
4. Хорошев Н И., Малых О В. Комплексная оценка эффективности инвестиционных проектов промышленных предприятий «Фундаментальные исследования» 2014, № 11-7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cyberleninka.ru (дата обращения 9.05.2015)
5. Петрушенко Н. Н. Особенности управления экологическими противоречиями в экономических системах «Вестник АГУ» Серия 5: Экономика 2013, № 3(127) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cyberleninka.ru (дата обращения 9.05.2015).
6. Фильм Дом. История путешествия. Home. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kinopoisk.ru (дата обращения 07.05.2015).
7. Совершенствование методов оценки эффективности инновационно-инвестиционных проектов. Крылов Э. И., Власова В. М. Актуальные проблемы экономики и управления. 2014. № 1 (1). С. 58-61.

УДК 339.5

Д. Е. Новикова

студент кафедры международных экономических отношений

Л. А. Трофимова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

**ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ
РОССИЙСКО-НИДЕРЛАНДСКИХ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В XVIII–XIX ВВ.**

Истоки отношений между Россией и Нидерландами лежат в далеких временах, когда складывалась система межъевропейских политических, торговых и иных связей. Судя по историческим документам, торговые контакты между голландцами и русскими существовали уже около тысячного года. Торговые пути, по которым передвигались голландские купцы, проходили через обширные равнины вдоль больших русских рек и тянулись от Балтики до Каспия и Черного моря. Уже в XIII в. жители Амстердама, Брюгге, Гента и других городов питались хлебом, выпеченным из русского и польского зерна, хотя о России и русских голландцы знали тогда очень мало [1, с. 405].

Начало регулярных контактов с Нидерландами относится к периоду царствования Ивана Грозного (1547–1584 гг.). Россия в этот период стремилась завязать торговые контакты со странами Западной Европы, среди которых была и Голландия. Начиная с середины XVI в., нидерландцы регулярно приезжали в Россию для торговли. Они очень быстро утвердились в устье Северной Двины, построили там свои амбары и дома, а с основанием в 1584 г. города Архангельска они прочно осели в нем. Первые официальные контакты между двумя государствами относятся к началу XVII в.

Основные направления торговли между странами представлены в табл. 1.

Россия с давних времен была привлекательной страной для торговли. Этому способствовал ряд причин:

1. В XVII в. царь Алексей Михайлович выдавал жалованные грамоты в порядке исключения и только лишь купцам, оказывавшим российскому правительству особые услуги. Однако в первые 10 лет нового века государство раздавало подобные грамоты в большом количестве: это был тяжелый начальный период Северной войны, для закупок оружия российское правительство отчаянно нуждалось в деньгах, которые иностранцы платили, получив определенные привилегии в торговле [1, с. 408].

Таблица 1

Основные направления торговли России с Нидерландами

Импорт в Россию	Экспорт из России
XVII век	
Специи	Пушнина
Фрукты	Лен
Сахар	Пенька
Лекарства	Холст
Вина	Льняное семя
Сукно	Хлеб
	Смола
	Лес
	Рыба
XVIII век	
Оружие	Железо
Золото	Юфть
Драгоценные камни	Льняные ткани
Кожа	
Вино	
XIX век	
Полотно	Лес
Табачные изделия	Хлеб
Немецкие трубки	Руда
Бамбуковые трости	

2. XVIII в. явился трудным периодом для Нидерландов. Тяжелые англо-голландские войны и конфликты с Францией второй половины XVII в. ускорили падение торгового преобладания республики и положили начало ослаблению ее позиций в международных делах. Поэтому Нидерланды были заинтересованы в активизации контактов с Россией. Торговля с ней и возможность вложения капиталов приносили Нидерландам огромную прибыль. Россия же, благодаря Нидерландам, расширила внешнеторговые связи, русские купцы познакомились с европейскими методами ведения коммерции и достижениями Западной Европы в различных областях экономики.

3. В целях развития торговли и привлечения иностранного капитала в первый период царствования Петра I иностранным купцам предоставлялись определенные привилегии и льготы. Иностранцам иногда давалась монополия на вывоз из России корабельного леса, овечьей шерсти и т. п. Одновременно Петр I принимал меры по усилению позиций русского купечества путем субсидирования организуемых торговых компаний.

4. Во время наполеоновских войн русско-голландская торговля пришла в упадок. Но после битвы при Ватерлоо и поражения Наполеона для торговли вновь создались благоприятные условия, и число приезжающих в столицу голландцев резко возросло. В самом начале своей деятельности петербургским голландцам не составляло труда сделать себе имя и закрепиться

на рынке молодого бурно развивающегося города. Однако, с середины XIX в. ситуация на рынке стабилизировалась, и теперь в условиях жесткой конкуренции необходимо было обладать солидными знаниями, высокой квалификацией и деловой хваткой. Также требовалось и знание русского языка.

5. В сентябре 1846 г. между Россией и Нидерландами был подписан Трактат о торговле и мореплавании. Он впервые в договорном порядке устанавливал принцип наибольшего благоприятствования в торговых отношениях обеих стран. К тому времени Нидерланды занимали 3-е место (после Германии и Англии) в торговле с Россией [2, с. 528].

Между Россией и Нидерландами за несколько веков сотрудничества был накоплен солидный опыт, однако в результате событий 1917 г. в России, и последовавших за этим изменений на политической карте мира, сотрудничество между Россией и Нидерландами было прервано. Возникшие в разгар Второй мировой войны советско-нидерландские отношения развивались вне исторической преемственности.

Однако в 2014 г. после государственного переворота на Украине, авиакатастрофы под Донецком, начала санкционной войны Евросоюза и контрмер Москвы в отношениях между Россией и Нидерландами произошло резкое охлаждение. Было приостановлено сотрудничество по ряду направлений, снижен уровень политических контактов. Во многом сведены на нет позитивные итоги совместного Года, который был открыт 8 апреля 2013 г. в Амстердаме В. В. Путиным и Королевой Беатрикс, а закрыт 8 ноября того же года в Москве Президентом России и вступившим на голландский престол Королем Виллемом-Александром [3].

В результате этих событий пострадали политические и экономические связи, всегда являвшиеся двигателем российско-голландских двусторонних контактов. Тем не менее, по ряду направлений сотрудничество продолжается. Проходят встречи российского руководства с главами ведущих компаний, обсуждаются новые инвестиционные проекты в России.

Нидерланды остаются одним из ключевых торговых партнеров России. Наряду с Китаем и Германией они традиционно входят в тройку стран, с которыми Россия имеет наибольшие объемы торговли. Несмотря на то, что, по данным ФТС России, в течение первых пяти месяцев 2014 г. объем товарооборота отставал от соответствующих показателей 2013 г., за январь–август 2014 г. он вырос на 2,8% по сравнению с первыми восьмью месяцами 2013 г. и составил 52 млрд долл. США. Нидерланды вновь стали вторым торговым партнером России в мире, уступив Китаю (59,1 млрд долл.), и первым в Европе, опередив Германию (46,7 млрд долл.). Сейчас удельный вес Нидерландов во внешнеторговом обороте России составляет 9,7% [3].

По итогам 1 квартала 2014 г. Нидерланды находятся на втором месте после Кипра по объему накопленных в России иностранных инвестиций – 68,2 млрд долл., что соответствует 17,8% от всех накопленных иностранных капиталовложений в российскую экономику. По объему накопленных в России прямых инвестиций Нидерланды также на втором месте после Кипра с объемом 23,7 млрд долл. США. К числу ключевых отраслей экономического сотрудничества по-прежнему относятся агропромышленный комплекс и пищевая индустрия, энергетика, химическая промышленность, строительство и развитие инфраструктуры, здравоохранение, технологии управления водными ресурсами, транспорт и логистика, информационно-коммуникационные, био- и нанотехнологии [4].

Библиографический список

1. Западноевропейские купцы в российской торговле XVIII века. – М.: Наука, 2005.
2. История Отечества с древнейших времен до наших дней: Энцикл. слов. / Сост. Б. Ю. Иванов, В. М. Кареев, Е. И. Куксина и др. М., 1999.
3. Вехи истории Российско-Голландских отношений [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.rusembassy.nl/ru/Milestones_in_the_history_of_Russian_Dutch_relations_Russian_Federation_period.php
4. Нидерланды пересматривают энергетические связи с РФ [электронный ресурс]: Вести Экономика-Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/45984>

Н. П. Оксаненко

магистрант кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

СРОЧНЫЙ РЫНОК КАК ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Срочный рынок – это рынок, на котором заключаются и обращаются срочные контракты. Срочный контракт – это соглашение о будущей поставке предмета контракта. В основе контракта лежит некоторый актив. Это могут быть ценные бумаги, фондовые индексы, процентные ставки, валюта и товары. Срочный контракт возникает на основе базисного актива, поэтому его так же называют производным инструментом.

Участниками срочного рынка являются хеджеры, спекулянты и арбитражеры. Спекулянт – это лицо, которое планирует получить прибыль за счет разницы между ценами активов, которая возникает во времени. Арбитражер – это лицо, которое зарабатывает прибыль без риска за счет одновременной покупки и продажи одного и того же актива на разных, если на данных ранках наблюдаются разные цены. Хеджер – это лицо, страхующее ценовой риск с помощью заключения срочного контракта. Операция по страхованию ценового актива называется хеджированием. Рыночная экономика – это экономика неопределенности. Смысл хеджирования состоит в том, что, когда участники сделки заключают срочный контракт, то они согласовывают цену, по которой он в последующем будет исполняться. Конкретная техника осуществления хеджирования будет отличаться в зависимости от того, что это за производный инструмент, а общая идея хеджирования одинакова для всех производных инструментов [1].

Активное развитие срочного рынка в конце прошлого столетия было стимулировано такими факторами, как либерализация финансового сектора экономики западных стран, быстрый рост активов институциональных инвесторов и прогресс в области информационных технологий. Важным фактором явилось также опубликование в 1973 г. Ф. Блэком и М. Шоулзом работы, посвященной оценке стоимости опционов. Она позволила поставить теорию оценки стоимости производных инструментов на объективную математическую основу.

Подавляющая часть срочного рынка – это внебиржевой рынок. На него приходится порядка 85% всей торговли, считая по номиналу контрактов. На биржевой рынок приходится 15% всей торговли. Наиболее популярными контрактами в мировой практике являются контракты на процентные инструменты. Биржевой рынок представлен фьючерсными и опционными контрактами. При этом на фьючерсные контракты, считая по контрактному номиналу, приходится порядка 33–34% а на опционные – 57–67% объемов биржевой торговли [2].

Фьючерсный контракт – это соглашение о будущей поставке базисного актива, которое именуется по месяцу их истечения. Например, июньский фьючерс. Это означает, что он будет истекать в июне. Фьючерсные контракты обычно являются краткосрочными. Часто срок их действий не превышает девяти месяцев. Однако существуют и долгосрочные контракты. В основе фьючерсного контракта могут лежать разнообразные активы: товары, финансовые инструменты, погодные индексы на бирже. Торговля фьючерсными контрактами, как правило, организуется с помощью двух организаций биржи и расчетной палаты. Непосредственно на бирже ведется торговля срочными контрактами. Расчетная палата представляет собой финансовое учреждение, которое обслуживает биржевые торги. В расчетной палате открываются счета участникам торговли, она также гарантирует исполнение фьючерсных контрактов. Биржа сама разрабатывает условия фьючерсных контрактов, и они являются стандартными для каждого базисного актива [3].

Опцион – это срочный контракт, который дает покупателю опциона отказаться от исполнения сделки. Покупатель опциона уплачивает продавцу премию. Продавец опциона обязан

исполнить свои контрактные обязательства, если покупатель опциона решает его исполнить. Покупатель имеет право исполнить опцион по цене, которая зафиксирована в контракте. Она называется ценой исполнения. С точки зрения сроков возможного исполнения контрактов опционы подразделяют на американские и европейские. Американский опцион можно исполнить в любой день до истечения срока действия контракта, европейский опцион можно исполнить в любой день истечения срока контракта. Существует два вида опционов: опцион на покупку – опцион колл и опцион на продажу – опцион пут. Опцион колл дает право держателю опциона купить или продать или отказаться от покупки базисного актива. Опцион пут дает право держателю опциона продать или отказаться от продажи базисного актива [4].

Заключение. Главная функция срочного рынка состоит в стабилизации финансового положения хозяйствующих субъектов в условиях нестабильности конъюнктуры рыночной экономики. Срочный рынок служит механизмом координации будущих планов предпринимателей. Разница между спотовой и срочной ценами представляет собой издержки предпринимателей по согласованию хозяйственных планов в экономике.

Библиографический список

1. Шарп У. Ф., Александер Г. Дж., Бэйли Дж. В. Инвестиции. 1991 г. С. 435.
2. <http://www.rbc.ru>
3. <http://www.bloomberg.com>
4. Рынок ценных бумаг: Инструменты и механизмы функционирования: учеб. пособие / А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова, В. А. Павленко. – 3-е изд. – М.: КНОРУС // Москва, 2007. С. 211.

УДК 336.76

Н. П. Оксаненко

магистрант кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

ФОНДОВЫЙ РЫНОК КАК ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Фондовый рынок является неотъемлемой частью развитой рыночной экономики. Функционирование фондового рынка в рыночной экономике имеет большое значение в саморегулировании экономики и осуществлении ряда функций, таких как мобилизация денежных средств и направления их в инвестиции, перелив капитала из одних сфер экономики в другие, формирование гибкой институциональной структуры экономики, повышение уровня ликвидности финансов предприятий, служит барометром настроений в экономике.

Фондовый рынок с сопутствующей ему системой финансовых институтов – сфера, в которой формируются финансовые источники экономического роста, концентрируются и распределяются инвестиционные ресурсы.

Фондовый рынок существует для того, чтобы свести вместе покупателей и продавцов ценных бумаг. Фондовый рынок представляет собой механизм, способствующий обмену финансовыми активами. Фондовые рынки можно классифицировать по многим признакам. Например, рынки разделяются на первичные и вторичные. Ключевое различие здесь в том, кто предлагает бумаги для продажи: в первом случае только эмитенты, а во втором также другие лица [1].

Фондовый рынок состоит из следующих компонентов: субъекты рынка, собственно рынок (биржевой, внебиржевой фондовые рынки), органы государственного регулирования и надзора (Комиссия по ценным бумагам, Центральный банк, Минфин и т. д.), саморегулирующиеся органи-

зации (объединения профессиональных участников рынка ценных бумаг которые выполняют регулирующие функции) [2].

Субъектами фондового рынка являются: эмитенты – государство в лице уполномоченных им органов или юридические лица, привлекающие на основе выпуска ценных бумаг необходимые им денежные средства и выполняющие от своего имени предусмотренные в ценных бумагах обязательства, инвесторы – физические или юридические лица, приобретающие ценные бумаги в собственность с целью получения прибыли, профессиональные участники рынка ценных бумаг – юридические лица, осуществляющие виды деятельности, признанной профессиональной на рынке ценных бумаг таких как дилерская, брокерская, депозитарная [3].

В России же фондовый рынок находится еще в стадии формирования, но можно сказать, что в большой степени он уже сформирован: есть и эмитенты ценных бумаг, многочисленные компании и предприятия, а также государство и муниципальные образования, есть и инвесторы, заинтересованные в наилучшем для себя размещении средств. Очевидным становится необходимость существования структур, которые позволяли бы с обоюдной выгодой для себя, безопасностью и удобством двум этим заинтересованным сторонам проводить операции с ценными бумагами.

Рынок ценных бумаг в большинстве развитых стран находится под воздействием государственного регулирования. Функции такого регулирования выполняют специальные государственные органы. Часто им вменяется в обязанность устанавливать правила поведения на рынке ценных бумаг с помощью подзаконных актов, давать трактовки положениям законов, проводить расследование нарушений, осуществлять выдачу и отзыв лицензий на права совершения операций с ценными бумагами. Регулирование фондового рынка охватывает всех его участников: эмитентов, инвесторов, профессиональных фондовых посредников, организаций инфраструктуры рынка. Регулирование может быть внешним и внутренним. Внутреннее регулирование – это подчиненность деятельности данной организации ее собственным нормативным документам: уставу, правилам и другим внутренним нормативным документам, определяющим деятельность этой организации в целом, ее подразделений и ее работников. Внешнее регулирование – это подчиненность деятельности данной организации нормативным актам государства, других организаций, международным соглашениям [4].

Закключение. Роль фондового рынка в развитии и процветании экономики любой страны, в том числе и России, очень велика. Развитие в стране рынка ценных бумаг направлено на мобилизацию финансовых ресурсов, их рациональное использование и перераспределение на основе конкуренции между предприятиями для более быстрого экономического развития, поскольку обращение ценных бумаг является необходимым элементом рыночной экономики. В нашей же стране ведущая роль принадлежит государственным ценным бумагам. Есть еще один существенный минус – российский рынок ценных бумаг ощущает серьезную нехватку капиталовложений и есть проблемы с привлечением иностранного капитала. И несмотря на все усилия Правительства и Министерства финансов, и банков российский рынок еще далек от мировых стандартов.

Библиографический список

1. Шарп У. Ф., Александер Г. Дж., Бэйли Дж. В. Инвестиции. 1991 г. С. 235.
2. <http://www.rbc.ru>
3. <http://www.bloomberg.com>
4. Рынок ценных бумаг: Инструменты и механизмы функционирования: учебное пособие / А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова, В. А. Павленко. – 3-е изд. – М.: КНОРУС // Москва, 2007. С. 157.

Ю. В. Павлицкая

студент кафедры экономической безопасности

А. А. Чуприна

научный руководитель

НАЛОГОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ СНИЖЕНИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ

Целью деятельности практически любой фирмы является получение прибыли, представляющей собой разность между выручкой от реализации (совокупным доходом) и издержками производства. Любая фирма стремится к максимизации прибыли, вполне возможна ситуация, когда она (в краткосрочном периоде) реализует товары, не извлекая прибыли, или терпит убытки, или на некоторое время прекратит производство. Все зависит от соотношения дохода и издержек, величина которых определяется объемом выпуска продукции, который выбирает фирма [1].

Нередко компании и предприниматели стремятся уменьшить налоговую нагрузку на бизнес. Однако при определенных обстоятельствах минимизация налогов становится незаконной, в результате налогоплательщику могут грозить серьезные штрафы, пени и даже уголовная ответственность.

Налоговая оптимизация – это деятельность налогоплательщика по снижению его налоговых выплат [2].

Она заключается в использовании предоставленных налогоплательщику законом прав, связанных с освобождением на законном основании от уплаты налога или с выбором наиболее выгодных для него форм предпринимательской деятельности и соответственно – оптимального вида платежа.

Перспективная налоговая оптимизация осуществляется в течение нескольких налоговых периодов и достигается, как правило, посредством правильной постановки на предприятии бухгалтерского и налогового учета, грамотного применения налоговых льгот и освобождений.

В то же время, текущая налоговая оптимизация предполагает применение некоторой совокупности методов, позволяющих снижать налоговое бремя для налогоплательщика в каждом конкретном случае в отдельно взятом налоговом периоде, например, при осуществлении той или иной операции путем выбора оптимальной формы сделки.

Могут возникнуть проблемы, если налоговый орган докажет, что деятельность налогоплательщика, его взаимозависимых или аффилированных лиц направлена на совершение операций, связанных с налоговой выгодой, преимущественно с контрагентами, не исполняющими своих налоговых обязанностей. Иными словами, если налогоплательщик заключал ряд сделок с предприятиями, нарушавшими налоговое законодательство и не платившими налоги [3].

Налоговое планирование начинается уже на стадии регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя. Заключается оно в выборе системы налогообложения:

- общая система налогообложения (ОСНО);
- упрощенная система налогообложения доходы (УСН 6%);
- упрощенная система налогообложения доходы минус расходы (УСН 15%);
- единый налог на вмененный доход (ЕНВД).

Выбор системы налогообложения осуществляется на основании федерального законодательства.

Однако прежде чем выбрать тот или иной способ учета, организации необходимо обосновать свой выбор с помощью расчетов налогов, величина которых зависит от альтернативного

способа учета, и убедиться в правильности сделанного выбора. Это поможет фирме избежать проблем с налоговыми инспекторами.

Существует несколько групп методов налоговой оптимизации:

- разработка приказа об учетной политике для целей налогообложения;
- оптимизация через договор;
- специальные методы оптимизации;
- применение льгот и освобождений.

Рассмотрим их подробнее.

Формирование учетной политики предприятия следует рассматривать как один из важнейших элементов налоговой оптимизации. Квалифицированная проработка приказа об учетной политике позволит предприятию выбрать оптимальный вариант учета, эффективный и с точки зрения режима налогообложения (табл. 1).

Таблица 1

Составление учетной политики

Признание доходов в целях налогообложения	Выбор метода начисления амортизации основных средств
Налоговый кодекс дает возможность выбрать признание доходов:	Налогоплательщики имеют право начислять амортизацию двумя методами:
«по начислению» (по отгрузке)	линейным методом;
«кассовый» (по оплате)	нелинейным методом

При оптимизации через договор необходимо провести анализ формы сделки, контрагентов, предмета и цены договора, установлении штрафных санкций. И на основании этого анализа выбрать наиболее подходящие положения договора, что будет способствовать снижению налоговых платежей.

Специальные методы включают несколько подгрупп методов – метод замены отношений, метод разделения отношений, метод отсрочки налогового платежа, метод прямого сокращения объекта налогообложения и метод оффшора (табл. 2, 3).

Таблица 2

Специальные методы оптимизации налогообложения

Замена отношений в договоре	Разделение отношений по договорам
Замена договора купли-продажи основного средства на договор финансового лизинга. В результате лизингополучатель имеет право: <ul style="list-style-type: none"> – применить повышающий коэффициент к норме амортизации; – включать в расходы, учитываемые в целях налогообложения, лизинговые платежи 	Разделение операции по реконструкции здания на собственно реконструкцию и капитальный ремонт Согласно <i>ст. 257 Налогового кодекса РФ</i> затраты предприятия по реконструкции объектов амортизируемого имущества увеличивают первоначальную стоимость и учитываются в целях налогообложения через амортизационные отчисления. В тоже время затраты по капитальному ремонту учитываются в целях налогообложения, в том отчетном периоде, в которой были осуществлены

Специальные методы оптимизации налогообложения

Метод отсрочки налогового платежа	Прямое сокращение объекта налогообложения и метод оффшора
<p>Метод отсрочки налогового платежа позволяет перенести момент возникновения налогообложения на следующий налоговый период.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Применение вексельной системы – Отсрочка возникновения облагаемого оборота путем перечисления денежных средств в последующий день отчетного периода – Отсрочка возникшего облагаемого оборота по схеме «кредит-депозит» 	<p>Прямое сокращение реализуется путем уменьшения базы налогообложения. Примером применения этого метода может быть продажа ТМЦ (товарно-материальных ценностей) по заниженной цене (по цене ниже цены приобретения), что позволяет уменьшить налоговые обязательства продавца по налогу на прибыль и НДС.</p> <p>Метод оффшора состоит в переносе объекта налогообложения (отдельных операций, видов деятельности, имущества) под юрисдикцию с более мягким режимом налогообложения. Широко применяется не только во внешнеэкономической деятельности, но и на территориях приоритетного развития и в рамках специальных экономических зон</p>

Использование льгот и освобождений предполагает использование льгот, которые закреплены в Налоговом Кодексе РФ или в законодательных актах в области налогообложения законодательных органов субъектов РФ и органов местного самоуправления.

Схематически способы налоговой оптимизации можно представить в виде схемы (рис. 1).



Рис. 1. Способы налоговой оптимизации

Комплекс мер по налоговой оптимизации должен быть направлен на максимальное увеличение доходов, остающихся в распоряжении предприятия, а не на поиск способов уклонения от налоговых обязательств.

В целом все методики определения налоговой нагрузки на налогоплательщиков различаются использованием того или иного количества налогов, включаемых в расчет, а также определением базового показателя деятельности предприятия, который берется за основу при соотношении с суммой уплаченных налогов.

Методов законного уменьшения налоговых платежей множество. Прежде чем применять тот или иной способ уменьшения налоговой нагрузки необходимо проконсультироваться со специалистами в этой области, так как нет универсальных способов налоговой оптимизации и каждое предприятие в этом смысле индивидуально.

Библиографический список

1. Дуканич Л. В. Налоги и налогообложение. Серия «Учебники и учебные пособия». Ростов н/Д: Феникс. 2010. 245 с.
2. Акчурина Е. В. Оптимизация налогообложения: учеб.-практическое пособие. М.: ОСЬ-89. 2013. 135 с.
3. Липатова И. В. Налоговое планирование: принципы, методы, правовые вопросы // Финансы. 2011. № 7.
4. Муравьев В. В. Организация налогового планирования на предприятии // Аудит и финансовый анализ. 2012. № 2.

УДК 338.512

А. С. Петренко

студент кафедры Денежного обращения и кредита

Ю. Н. Дьякова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

Институт экономики и управления ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь

ПУТИ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Для начала дадим широко применяемое определение себестоимости.

Себестоимость – это выраженные в денежной форме и включенные в стоимость продукта издержки фирмы на создание и реализацию продукции [1].

Чтобы рассчитать себестоимость используют следующие виды анализа себестоимости:

- анализ себестоимости по экономическим элементам;
- анализ себестоимости по статьям калькуляции;
- анализ затрат на 1 руб. произведенной продукции;
- анализ расходов на оплату труда [2].

Важнейшей задачей для каждого предприятия является снижение себестоимости продукции, а решающим условием для достижения этой цели служит непрерывно развивающийся технический прогресс. Значительно позволяют снизить себестоимость продукции: внедрение новой техники, совершенствование технологии, внедрение прогрессивных видов материалов.

Прежде всего, на уменьшение себестоимости продукции влияет повышение производительности труда. Следовательно, надо увеличить рост производительности труда, что приведет к сокращению издержек труда в расчете на единицу продукции, а значит, минимизируется и удельный вес заработной платы в структуре себестоимости.

Увеличение выработки так же может произойти и за счет перевыполнения установленных норм выработки, при которых нормы выработки и расценки в этих условиях, как правило, не изменяются.

В первом случае, когда изменяются нормы выработки и цены, предприятие получает экономию на заработной плате рабочих. Это объясняется тем, что в связи с понижением расценок, доля заработной платы в себестоимости единицы продукции уменьшается. Это не приводит к снижению средней заработной платы рабочих, так как приводимые организационно-технические мероприятия дают возможность рабочим с теми же затратами труда производить больше продукции. Таким образом, проведение организационно-технических мероприятий с соответствующим пересмотром норм выработки позволяет снижать себестоимость продукции за счет уменьшения доли заработной платы в единице продукции одновременно с ростом средней заработной платы рабочих [3].

Во втором случае, когда установленные нормы выработки и расценки не изменяются, величина затрат на заработную плату рабочих в себестоимости единицы продукции не уменьшается. Но с ростом производительности труда увеличивается объем производства, что приводит к экономии по другим статьям расходов. В основном сокращаются расходы по обслуживанию производства и управлению. Это означает, что их общая сумма не изменяется или почти не изменяется в зависимости от выполнения плана производства. Отсюда можно сделать вывод, что, чем больше предприятие выпускает продукции, тем меньше становится доля цеховых и общезаводских расходов в ее себестоимости.

При росте объема выпуска продукции, прибыль предприятия увеличивается не только за счет снижения себестоимости, но и в результате увеличения количества выпускаемой продукции. Следовательно, предприятие должно стремиться к увеличению объема производства, для получения большей прибыли.

Еще одним из немаловажных условий снижения себестоимости является соблюдение строгого режима экономии на всех участках производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Оно проявляется в уменьшении затрат материальных ресурсов на единицу продукции, сокращении расходов по обслуживанию производства и управлению, в ликвидации потерь от брака и других непроизводительных расходов.

Большой удельный вес в структуре себестоимости продукции, как правило, имеют материальные затраты, поэтому даже незначительная экономия сырья, материалов, энергоресурсов при производстве единицы продукции дает значительный эффект в масштабе предприятия.

Начиная с заготовки, предприятие в праве изменять величину затрат материальных ресурсов, т. к. сырье и материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на транспортировку. Для предприятий крайне важно подбирать поставщиков с наименьшими затратами для себя. Особое внимание уделяется стоимости и качеству закупаемого сырья, удаленности поставщика от места производства, выбору наиболее экономичного транспорта для перевозки груза.

Сокращение затрат на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции. Величина данных расходов на единицу продукции зависит не только от объема выпуска продукции, но и от суммы цеховых и общезаводских расходов в целом по предприятию. Резервы сокращения цеховых и общезаводских расходов заключаются, прежде всего, в оптимизации аппарата управления.

Сокращению общезаводских затрат также способствует экономное расходование вспомогательных материалов, используемых при эксплуатации оборудования и на другие хозяйственные нужды.

Потери от брака и другие непроизводительные расходы, также оказывают значительное влияние на величину себестоимости. Поэтому крайне важно минимизировать эти потери, привлекая к работе более квалифицированную рабочую силу.

В заключение можно сделать вывод, что для снижения себестоимости имеется ряд мер, нацеленных на изменение основных ее элементов, но наибольшее внимание уделяется материальным затратам, что объясняется высокой материалоемкостью продукции.

Рациональное использование материальных ресурсов, оказывающих непосредственное влияние и на качество производимой продукции, и на цены ее реализации – один из важнейших

факторов, влияющих на рост объема продаж и снижение себестоимости продукции, а значит, и на рост прибыли и рентабельности производства.

Библиографический список

1. Ковалев В. В., Волкова О. Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: 2013. – 424 с.
2. Банковское кредитование: учебник / под ред. А. М. Тавасиева. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 376 с.
3. Леонтьев В. Е., Бочаров В. В. Финансовый менеджмент: учеб. пособие. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2013. – 520 с.
4. Николаева С. А. Учет затрат в условиях рынка. М.: Аналитика-Пресс, 2012. – 285 с.
5. Ефимова О. В. Финансовый анализ. – 4-е издание, перераб. и доп. – М.: Издательство «Бухгалтерский учет», 2012. – 174 с.
6. Пятов М. А. Новое в учете себестоимости // Бухучет. – 2014 г. – 77 с.
7. Анализ инновационно-инвестиционного потенциала России. Дьякова Ю. Н., Мокан Т. С. Наука. Инновации. Технологии. 2011. № 4. С. 179–184.

УДК 336.719

Н. А. Писарева

магистрант кафедры информационных технологий в бизнесе

Е. И. Карасева

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

АНАЛИЗ РИСКОВ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Риск является неизбежной частью банковской деятельности. Тем не менее, банк обычно предпочитает избежать риска, а если это невозможно, то свести его к минимуму.

Под риском в банковской деятельности принято понимать вероятность, а точнее угрозу потери банком своих ресурсов, недополучения доходов или производства дополнительных расходов в результате осуществления определенных финансовых операций.

Рассмотрим основные виды рисков банка.

Кредитный риск – риск ухудшения финансового состояния банка из-за снижения способности заемщиков к возврату кредитов (в т.ч. дефолты заемщиков).

Этот риск имеет отношение не только к кредитованию, но и к другим операциям, которые находят свое отражение в балансе банка или на внебалансовом учете (вложения в ценные бумаги, гарантии, акцепты и др.). Примерами кредитного риска могут являться предоставление крупных кредитов одному заемщику или группе связанных заемщиков, предоставление связанных кредитов. Связанные кредиты – это предоставление кредитов физическим или юридическим лицам, связанным с банком через участие в капитале либо имеющим способность осуществлять прямой, либо косвенный контроль банка. При отсутствии должного внимания к предоставлению таких кредитов могут возникнуть серьезные проблемы, вызванные необъективностью суждений о кредитоспособности заемщиков. В этих обстоятельствах «связанность» может привести к льготному кредитованию и, следовательно, к увеличению риска потерь по данному кредиту.

Рыночный риск – риск изменения финансового положения банка вследствие изменения конъюнктуры финансовых рынков (в т. ч. риск ценных бумаг, валютный риск и т. п.).

Специфическим элементом рыночного риска является валютный риск: банки выступают агентами рынка, устанавливая курс для своих клиентов или поддерживая открытые валютные позиции. Рыночные риски резко возрастают в период потрясений на соответствующих рынках.

Риск ликвидности – риск неспособности банка финансировать свою деятельность без несения убытков в недопустимых для финансовой устойчивости размерах. При этом существует несколько видов риска ликвидности:

– риск физической ликвидности – неспособность исполнить обязательства из-за финансового недостатка средств;

- риск нормативной ликвидности – нарушение обязательных нормативов ликвидности ЦБ;
- риск структурной ликвидности – возможность значительного ухудшения физической или нормативной ликвидности вследствие дисбалансов в структуре активов и пассивов.

Источниками риска ликвидности являются:

- рост активов – опережающими темпами по сравнению с притоком пассивов;
- одновременная выдача несколько крупных кредитов или погашение/изъятие депозитов несколькими крупными клиентами;
- массовый отток вкладов частных клиентов;
- недоступность привлечения с внешних рынков или значительное сокращение лимитов на проведение операций с банком со стороны банков-контрагентов.

У банка существует так называемый «допустимый объем ликвидности». Это объем ресурсов, которые банк поддерживает и контролирует для осуществления нормальной деятельности и оперативного реагирования на случай ухудшения ситуации с ликвидностью.

Цель управления ликвидностью – обеспечение способности банка безусловно и своевременно выполнять все свои обязательства перед клиентами и контрагентами при соблюдении регуляторных требований ЦБ.

Операционный риск – риск возникновения убытков в результате ненадежности внутренних процедур управления банком, недобросовестности сотрудников, отказа информационных систем и т. п.

Юридический риск – связан как с юридическими ошибками самого банка, включая нарушение предписаний надзорных органов, так и с внешними причинами (изменение законодательства и т. п.).

Так же в банковской деятельности наиболее вероятен процентный риск. Процентный риск связан с влиянием на финансовое состояние банка неблагоприятного изменения процентных ставок. Этот риск находит свое отражение как в получаемых банком доходах, так и в стоимости его активов, обязательств и внебалансовых статей. Процентный риск проявляется как по чисто банковским операциям, так и по операциям на финансовых рынках. При этом процентный риск включает:

- риск переоценки, возникающий из-за разрыва в срочности активов и пассивов (при фиксированных ставках), а также из-за несимметричной переоценки при разных видах применяемой ставки (плавающей либо фиксированной) по активам банка, с одной стороны, и обязательствам, с другой;
- риск, связанный с неверным прогнозом кривой доходности (ее наклона и формы);
- базисный риск, связанный с несовершенной корреляцией при корректировке получаемых и уплачиваемых процентов, по ряду инструментов, которые при прочих равных условиях имеют сходные ценовые характеристики;
- опционный риск, связанный с тем, что многие активы, обязательства и внебалансовые статьи прямо или косвенно включают возможность выбора одного из нескольких вариантов завершения операции.

Уровень риска, связанного с тем или иным событием, постоянно меняется из-за динамичного характера внешнего окружения банков. Это заставляет банк регулярно уточнять свое место на рынке, давать оценку риска тех или иных событий, пересматривать отношения с клиентами и оценивать качество собственных активов и пассивов, следовательно, корректировать свою политику в области управления рисками.

Управление риском представляет собой процесс принятия и выполнения управленческих решений, которые минимизируют неблагоприятное влияние на организацию или лицо убытков, вызванных случайными событиями.

Целью управления рисками является обеспечение успешного функционирования фирмы в условиях риска и неопределенности.

Управление рисками является основным в банковском деле. Особого внимания заслуживает процесс управления кредитным риском, потому что от его качества зависит успех работы банка.

В декабре 2014 г., когда рубль стал стремительно падать, в России произошла девальвация рубля. Возникла она из-за падения в мире цены на нефть и сырье, что стало причиной снижения позитивного сальдо платежного баланса России. В связи с этим, вероятность рисков в банковской деятельности возросла (например, рыночный, кредитный, процентный риск). Российским коммерческим банкам, а также представительствам иностранных банков мало вероятно, что удастся выйти из этого кризиса, большинство из них просто обанкротятся (закроют представительства), а остальные понесут огромный ущерб [2].

В сложившейся ситуации в стране началась паника, население начало массово изымать деньги со своих банковских счетов, набирать кредиты, скупать сырье в магазинах. Люди сами начали усугублять и без того кризисное положение.

ЦБ России был опубликован перечень мер, направленных на стабилизацию финансового рынка. Совет директоров Банка России повысил с 16 декабря 2014 г. ключевую ставку с 10,5 до 17,00% годовых. Данное решение обусловлено необходимостью ограничить существенно возросшие в последнее время девальвационные и инфляционные риски [3].

Рассмотрим подробнее основные действия, предпринятые Сбербанком России для урегулирования возникших рисков.

Совет директоров Сбербанка России поставил максимальный порог по ипотечному кредитованию 16% годовых, в то время как ЦБ России поставил минимальный порог 17% годовых. Это обусловлено тем, что у Банка есть достаточно собственных средств, чтобы позволить работать в убыток себе, но при этом Банк не потеряет своего клиента и в условиях конкурентной борьбы, т. к. предлагает клиенту лучший процент из существующих на рынке. Чего нельзя сказать по потребительским кредитам, ставки возросли с 16,5–23,00% до 20,00–35,00% годовых. Это повлекло за собой значительное снижение количества клиентов по данному продукту. По ипотечным кредитам так же был увеличен процент первоначального взноса с 10, 15% до минимального 20%, а также уменьшен срок одобрения (подписания договора) со 120 дней до 60 [4].

Также Сбербанк не торопится принимать деньги у населения на менее выгодных для себя условиях, в то время как некоторые банки уже повысили ставки по вкладам до 20 и более процентов. Повышение ставок по вкладам в Сбербанке выросло на 3,5–3,6 процентных пункта. Ставки валютных вкладов также повышены в среднем на 1,7 процентных пунктов [4].

Сбербанком было принято решение о закрытии некоторых кредитных продуктов: автокредит, ипотечный кредит на приобретение загородной недвижимости, индивидуального строительства и гаража [4].

Не смотря на сложившуюся ситуацию на экономическом рынке, руководство Сбербанка уверено, что больших потерь он не понесет, а наоборот кризис даст время и возможность закончить все незавершенные проекты, т.к. жесткая конкурентная борьба спадет на нет. Все принятые действия Банка нацелены на то, чтобы предложить клиенту лучшие условия кредитования.

Библиографический список

1. Внутренний нормативный документ ОАО «Сбербанк России».
2. <http://www.financial-lawyer.ru/newsbox/inflacia/168-528136.html>04.01.2015
3. <http://www.vestifinance.ru/articles/5098427.12.2014>
4. <http://lenta.ru/articles/2014/12/29/sbertorb/25.12.2014>

А. Поддубная

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Е. И. Карасева

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

**SEO-ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ
И ЭВОЛЮЦИЯ ФАКТОРОВ РАНЖИРОВАНИЯ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ**

Поисковая оптимизация SEO (search engine optimization) – это методы или комплекс мер, используемые для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем на какой-либо запрос пользователей [1].

Когда пользователь ищет информацию в Интернете, то он замечает, что некоторые сайты в ответ на вводимые запросы выходят на первые места, а другие можно найти, лишь пролистав несколько страниц. Именно поисковое продвижение служит тому, чтобы тот или иной сайт выводить на эти первые лучшие места, т. е. в ТОП.

Поисковую выдачу можно рассматривать как рекламную площадку, потому что многие пользователи ищут, где бы купить товар или услугу. Но в основном пользователи просматривают первые три страницы выдачи – «теплое местечко» для сайтов, ведь есть большая вероятность того, что их просмотрят, однако, самые лучшие места, к которым стремятся все сайты – это ТОП 10. На рис. 1 приведен график распределения вероятности клика по позициям. Из этого можно сделать вывод, что лучше всего быть на первых местах.

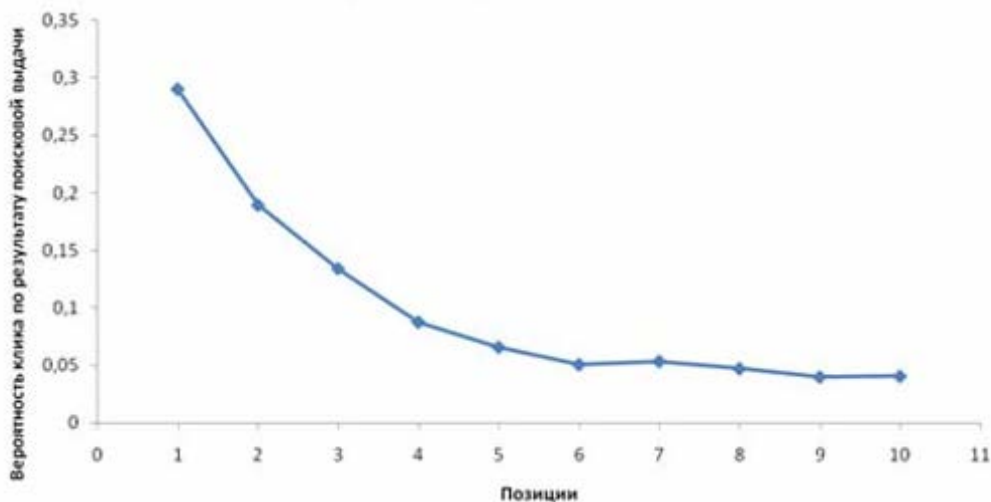


Рис. 1. График распределения вероятности клика по позициям

Но каким образом поисковые машины присваивают сайту ту или иную позицию?

У каждой поисковой системы есть так называемый индекс, как, например, в конце учебников или научных изданиях есть алфавитный список или предметный указатель. В нем перечислены важные для данной книги термины (или ключевые слова) и номера страниц, на которых эти термины встречаются. Так же работает и индекс поисковой системы (ПС): робот ПС, посещая документ, перебирает все страницы, нумерует их, извлекает из текста слова и помещает их в индекс, снабжая их информацией о страницах, с которых они были взяты (рис. 2) [2].

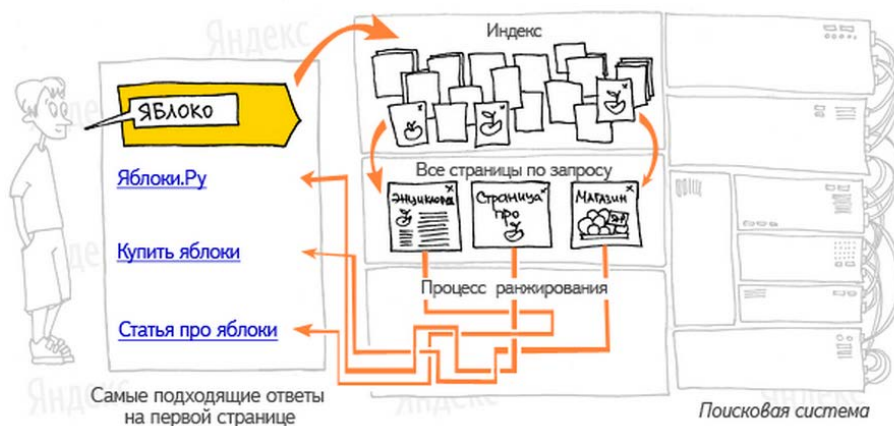


Рис. 2. Принцип работы поисковых систем

Все эти шаги индексации незаметны для пользователей, поскольку выполняются в поисковой машине. Когда пользователь вводит какое-нибудь слово в строку запроса поисковика, машина обращается к индексу, находит заданное слово, извлекает все номера страниц, относящиеся к нему, и показывает пользователю результаты поиска, то есть список страниц. Самые подходящие ответы на данный запрос, по мнению ПС, находятся на первой странице. Присваивание сайтам определенных позиций и есть процесс ранжирования сайтов.

Ранжирование – это процесс упорядочивания информации, согласно таким критериям, как авторитетность, респектабельность, релевантность [3]. Релевантность – это максимальное соответствие сайта запросу. Отсюда можно сделать вывод, что SEO-оптимизация – это ничто иное, как искусственное повышение релевантности страницы сайта определенному запросу [3].

Специалистов по продвижению интересует именно процесс ранжирования. Формулы и алгоритмы ранжирования закрыты поисковиками.

Изначально, на истоках рождения Интернета, продвинуть сайт можно было сразу по всем запросам, употребив ключевую фразу один раз на странице. Каждый вебмастер добавлял на страницы своего сайта все больше и больше ключевых слов. Со временем самые «напичканные» ключами сайты стали похожи на бессмысленные страницы с набором ключевых фраз. Разработчики ПС это поняли и приняли меры – создали новые алгоритмы ранжирования [1].

Позже был сделан вывод, что чем больше людей ссылаются на сайт с других сайтов, тем больше его популярность. Так родилось внешнее ссылочное продвижение, и когда SEO-специалисты стали злоупотреблять и закупать огромное количество ссылок на свой сайт, пришлось снова менять алгоритмы.

Так с каждым годом поисковики вводили десятки новых факторов ранжирования, анализируя информационные составляющие web-ресурса: данные домена, контента, ссылок, адресов страниц и кода. Эти факторы должны были улучшить качество поиска, повышая релевантность результатов запросу пользователя. Но со временем разработчики ПС поняли, что релевантности недостаточно, документ в результатах поиска должен быть качественным (рис. 3).

Примерно в 2006–2007 гг. поисковики стали использовать еще одну группу сигналов, свидетельствующих о трасте сайта, т. е. его авторитетности. Несколько раз в год в поиске появлялись разные улучшения, и выдача становилась более качественной.

Когда сеть Интернет сильно разрослась – миллиарды страниц, медиа- и видеофайлы, развитие пользователей в плане поиска – все это подтолкнуло на разработку еще более новых сервисов поиска. В это время в сети можно было услышать такой термин как пертинентность [4]. Качества и релевантности результатов поиска стало недостаточно, необходимо было удовлетворить информационную потребность пользователя, которую не так просто определить. По неоднозначным и однословным запросам в ТОП попасть стало гораздо сложнее.



Рис. 3. Эволюция факторов ранжирования поисковых систем

Следующими появились поведенческие факторы, учитывающие поведение пользователей в результатах поиска на самом сайте. Они до сих пор обсуждаются на каждой SEO-конференции вместе с социальными сетями, которые тоже немаловажны, были и остаются одним из главных трендов в сети.

И теперь, когда все факторы собрались воедино, ПС меняют смысл, вложенный в миссию своего сервиса – давать ответы на вопросы пользователей. Ответ теперь должен быть не только релевантным, качественным и авторитетным, он должен нести ценность пользователю, чтобы люди кликали на него, возвращались в будущем снова и снова, рекомендовали своим друзьям.

Сейчас же известны несколько факторов ранжирования, на которые опирается поисковая машина. Но все равно остается неизвестно, как сильно влияет тот или иной фактор на позицию сайта в выдаче [5]:

- внешние ссылки;
- поведенческие факторы;
- наличие сайта в авторитетных каталогах;
- title;
- значения мета-тэгов (description, keywords);
- количество контента на сайте и уровень его актуальности;
- количество вхождений ключевых слов на сайте.

Существует много инструментов, используемых при продвижении сайтов [5]:

- проверка позиций сайта по разным группам запросов;
- определение траста сайта;
- нахождение технических ошибок на сайте;
- определение параметров контента на сайте;

- анализ внешних ссылок на сайт;
- анализ сайта по основным факторам.

На основе этих данных оптимизатор решает, какие правки нужно внести на сайт. Эта работа во многом интуитивна и основана на опыте работника, а результат, к сожалению, можно узнать только через несколько недель.

Библиографический список

1. <http://seo-for-ucoz.com/>
2. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах (3-е издание, 2011). СПб: – Питер.
3. <http://ktonanovenkogo.ru/>
4. Seo-блог <http://devaka.ru/>
5. Неелова Н., Моргачева А., Загребельный Г., Фролкина Е., Шпорт К. SEMDOOK. Энциклопедия поискового продвижения Ingate, 2013.

УДК 658.16(075.8)

О. П. Покшиванова

специалист по учебно-методической работе кафедры экономики и финансов

С. М. Молчанова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ПРОБЛЕМА БЮРОКРАТИИ В РОССИИ

В научный оборот термин «бюрократия» вошел благодаря немецкому социологу Макс Веберу, который обозначил им специфическое явление – систему организаций с ярко выраженным разделением функций, четкими нормами, правилами и предписаниями, формализованным характером отношений, иерархической управленческой структурой. Вебер оценивал роль бюрократии очень высоко, рассматривал ее как единственно возможную форму общественного порядка и эффективной социальной организации и полагал, что без нее невозможен технический, технологический и организационный прогресс. М. Вебер сформулировал основные признаки идеального типа бюрократической системы. В идеальном виде бюрократия, по его мнению, представляет собой наиболее эффективную машину управления, основанную на строгой рационализации. Такой способ получил название рациональной бюрократии. В то же время М. Вебер высказывал ряд мыслей относительно той опасности, к которой может привести усиление бюрократии в формальных организациях и в обществе в целом.

Бюрократия на сегодняшний день является одним из самых важных социальных изобретений цивилизации. Существование современного общества без развитой системы бюрократии невозможно. Другое дело, что она может быть эффективной или неэффективной; честной, или, напротив, коррумпированной; компетентной или неориентированной [1].

Для России проблема бюрократизма стоит необычайно остро. Весьма показательным, что только в русском языке слово «бюрократ» имеет сугубо негативный смысл.

Вебер предложил следующие принципы бюрократической концепции организационной структуры:

- иерархическое построение организации;
- иерархия приказа, построенная на легальной власти;
- подчинение нижестоящего работника вышестоящему и ответственность не только за свои действия, но и за действия подчиненных;
- четкая система процедур и правил, обеспечивающая единообразие выполнения производственных процессов;

– система продвижения и пребывания в должности, основанная на умениях и опыте и измеряемая стандартами [2].

Бюрократия рассматривалась им как некий идеальный образ, наиболее эффективный инструмент управления социальными структурами и отдельными структурными единицами.

По мнению Вебера, жестко формализованный характер бюрократических отношений, четкость распределения ролевых функций, личная заинтересованность бюрократов в достижении целей организации приводят к принятию своевременных и квалифицированных решений, основанных на тщательно отобранной и проверенной информации.

Бюрократию как рациональную машину управления характеризуют:

- жесткая ответственность за каждый участок работы;
- координация во имя достижения организационных целей;
- оптимальное действие безличных правил;
- четкая иерархическая зависимость.

Однако, позже Вебер стал различать бюрократию в позитивном смысле (западная рациональная система управления) и в негативном смысле (восточная иррациональная система управления), понимая под восточной иррациональной системой управления такую, в которой инструкции, приказы, задания и прочие формальные атрибуты власти становятся самоцелью [3].

Поскольку бюрократия имеет одновременно полезные и отрицательные черты, то решение проблемы видится в выработке мер, которые бы максимально устраняли негативные черты бюрократии и создавали условия для реализации ее общественно-полезных свойств. Мировой опыт показывает, что эти меры должны, во-первых, исходить от самого организованного общества, во-вторых, направляться против причин негативных свойств бюрократии и их существенных черт. Незаменимую роль здесь играет право. Существенное место в решении проблемы бюрократизма занимают идеи самоуправления общества и построения правового государства.

Принципиальной позицией автора является идея о том, что главные усилия общество должно направить на создание таких внешних условий для бюрократии, которые бы резко ограничили ее всевластие, поставили бы ее под контроль общества. Это позволит кардинально рационализировать ее поведение.

Из этого вытекает пять главных направлений в решении проблемы:

- замена командно-административного управления рыночным саморегулированием в экономике с мерами, направленными на преодоление отчуждения трудящихся от средств производства;
- развитие непосредственных форм демократии;
- демократизация представительных органов власти и усиление их воздействия на исполнительные;
- выделение судебных органов в самостоятельную ветвь власти и расширение их функций;
- правовые меры рационализации структуры и порядка деятельности исполнительных органов.

В характере экономики заключается основа господства бюрократии над обществом. Законодательными средствами можно закрепить основы социально-экономической политики государства, направленные на ликвидацию полного поглощения трудящихся их производительным трудом.

Современная экономика не может эффективно развиваться без государственного регулирования. Во избежание бюрократической зарегулированности необходимо свести к минимуму административные формы воздействия государства и перейти к экономическим методам: налоги, кредиты, таможенные тарифы и т.д. Часть основных средств производства неизбежно должна остаться в государственной и муниципальной собственности. Усилив контроль за государством, подчинив его себе, общество сможет государственно-бюрократическую собственность сделать

действительно общенародной. Уменьшить роль бюрократии в распоряжении государственным имуществом позволит передача предприятий в хозяйственное ведение трудовых коллективов, аренда его коллективами и введение полного хозяйственного расчета. Для реализации всех этих мероприятий в работе, предлагается внести изменения в статьи законов Российской Федерации «О собственности в РСФСР, О предприятиях и предпринимательской деятельности».

В особой правовой защите от произвола бюрократии нуждаются трудящиеся, задействованные в процессе трудовых отношений. Законы должны гарантировать им право:

- на забастовку;
- на судебную защиту;
- на создание профсоюзных организаций;
- на минимальные, охраняемые государством, нормы условий труда, его оплаты, охраны труда и здоровья.

В условиях товарно-денежных отношений более эффективными являются компенсационные денежные выплаты рабочим и служащим при посягательстве на их права со стороны администрации [4].

Кардинальное решение проблемы бюрократизма связано с превращением государства в послушный инструмент общества. Роль законодательства в этом деле заключается в закреплении политических прав и свобод граждан и их объединений. Доказано, что путь к власти лежит через обладание информацией.

Подчинить себе хорошо организованную бюрократическую машину может только хорошо организованное гражданское общество. Это реализуется посредством права граждан объединяться в союзы, партии, группы по интересам и т. д. Запрещать общественные организации под предлогом их незаконности может только суд. Рабочие должны получить право объединяться по политическим взглядам по месту работы.

Желательным является общедозволительный тип правового регулирования деятельности общественных организаций. Они должны иметь право: контроля деятельности государства, критики его через печатные органы, предложения альтернативных политических программ, участия в формировании органов власти и правительства. При этом необходимо принять правовые меры против превращения общественных самоуправленческих организаций в бюрократические. Нужно узаконить гласность в их деятельности, коллективные формы управления. Средством оказания давления на государственную бюрократию являются массовые действия граждан: собрания, митинги, демонстрации. Предпочтительным является уведомительный принцип их проведения, закрепленный в правах и свободах человека и гражданина.

Перечисленные выше меры должны поставить бюрократию в такие условия, при которых бы реализовались ее позитивные черты и ограничивались негативные. Кроме этого, в нормативных актах, принимаемых представительными органами, необходимо четко указать место исполнительных органов в системе власти, урегулировать порядок их формирования и деятельности. Задача административных органов – беспрекословно исполнять решения, принятые гражданами и их представителями, соблюдать законы, охранять права и свободы граждан. К сожалению, эти задачи не нашли четкого отражения в проекте Основ законодательства РФ «О государственной службе». В нем следовало бы закрепить следующие принципы государственной службы:

- конституционность и законность;
- открытость формирования и деятельности;
- компетентность, оперативность, эффективность деятельности;
- ответственность должностных лиц (иерархическая и непосредственная) перед обществом;
- преемственность в управлении государственными делами;
- запрещение деятельности политических партий и движений в государственном аппарате управления [5].

Библиографический список

1. Зверев А. Ф. Теория бюрократии: от М. Вебера к Л. фон Мизесу. – 2010. – 45 с.
2. Ожиганов Э. Н. Политическая теория Макса Вебера. СПб.: Питер, 2009.
3. Пушкарем Г. В. Государственная бюрократия как объект исследования // Общественные науки и современность. – 2009. – № 5. – С. 17–26.
4. Смольков В. Бюрократия и бюрократизм: как свести болезнь к минимуму? // Государственная служба. – 2011. – № 5. – С. 21–29.
5. Курашвили Б. П. Борьба с бюрократизмом. – М.: Юрист, 2010.

УДК 336.227.1.025

Д. Е. Пузикова

студент кафедры экономической безопасности

О. А. Бизина

научный руководитель

**ПРОБЛЕМА УСТРАНЕНИЯ ДВОЙНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РФ
В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ**

Двойное налогообложение – это одновременное обложение одних и тех же доходов либо различными видами налогов в пределах одной страны (экономическое двойное налогообложение), либо идентичным налогом в разных странах (международное двойное налогообложение).

С проблемой двойного налогообложения сталкивается всякий субъект хозяйствования, занимающийся внешнеэкономической деятельностью, либо физические лица, получающие доход, имеющие недвижимость на территории иностранного государства. Этим и обусловлена актуальность темы [1].

В Российской Федерации основными источниками правового регулирования устранения двойного налогообложения являются Налоговый кодекс Российской Федерации и заключенные Россией международные договоры об избежании двойного налогообложения. В НК РФ проблеме устранения двойного налогообложения отведены ст.ст. 311 и 312. Основную же роль в разрешении проблемы двойного налогообложения прибыли организаций играют международные акты – договоры об избежании двойного налогообложения.

В настоящее время проблема двойного обложения решается в России следующими способами [2]:

- путем разграничения своих полномочий и сферы влияния при принятии внутренних законодательных актов;
- путем заключения международных соглашений по вопросам налогообложения.

Первый способ предполагает зачет налога, уплаченного российскими организациями за рубежом. При этом способе устранения двойного обложения страна постоянного местопребывания плательщика облагает налогом его иностранные доходы, но одновременно предоставляет зачет для налогов, уплаченных в стране, на территории которой получен доход. В результате доходы плательщика облагаются налогом только один раз по более высокой из ставок: либо по ставке страны получения дохода, либо – страны резидентства (постоянного местопребывания плательщика).

Доходы, полученные российской организацией от источников за пределами РФ, а также ее расходы, произведенные как в РФ, так и за рубежом в связи с получением таких доходов, учитываются при определении базы по налогу на прибыль в РФ и отражаются в декларации по налогу на прибыль в полном объеме.

Расходы, произведенные российской организацией в связи с получением доходов от источников за пределами РФ, отражаемые в декларации, определяются в порядке и размерах, установленных главой 25 НК РФ, вне зависимости от правил определения расходов, принимае-

мых в уменьшение базы, применяемых в иностранном государстве, от источников в котором были получены доходы [3].

Суммы налога, уплаченные в соответствии с законодательством иностранных государств российской организацией, засчитываются при уплате этой организацией налога в РФ. При этом размер засчитываемых сумм налогов, выплаченных за пределами РФ, не может превышать сумму налога, подлежащего уплате этой организацией в РФ.

Право на зачет сумм налогов, уплаченных российской организацией за рубежом в связи с получением доходов от источников в этих государствах, возникает при обязательном включении доходов, полученных этой организацией от зарубежных источников (с учетом расходов), в базу при исчислении налога на прибыль в РФ и фактической уплате налога с этих доходов в иностранном государстве.

Иностранная налоговая зачет ограничивается суммой налога, подлежащего уплате с иностранных доходов в РФ. Целью ограничения иностранного налогового зачета является предотвращение зачета налогов, уплаченных в странах с более высокой ставкой налога на доходы против российского налога на прибыль, уплаченных с доходов из российских источников.

Расчет предельной суммы зачета осуществляется в три этапа:

- устанавливается, подлежат ли налоги, уплаченные за рубежом, зачету при уплате налога на прибыль в РФ (такой принцип заложен как в НК РФ, так и в международных соглашениях об избежании двойного обложения);
- проводится расчет ограничения иностранного налогового зачета (предельная сумма зачета);
- определяется меньшая величина из суммы иностранных налогов, подлежащих зачету (первый этап), и размера исчисленной предельной суммы зачета (второй этап). Уплаченные за рубежом налоги, превышающие размер предельной суммы, не принимаются в качестве иностранного налогового зачета [4].

Второй способ устанавливается путем заключения международных соглашений по вопросам налогообложения.

Наличие и действие международных договоров с одной стороны, гарантирует налогоплательщикам недискриминацию, позволяет избежать двойное налогообложение; с другой – для государств обеспечивает возможность взаимных прямых консультаций, обмен информацией, обмен опытом, а также для контроля за внешнеэкономической деятельностью своих резидентов.

Республикой Армения, Россией и правительствами государств – участников СНГ был подписан Протокол от 15 мая 1992 г. «Об унификации подхода и заключения соглашений об избежании двойного налогообложения доходов и имущества», которым согласованы принципы налоговой политики с целью обеспечения единого методологического подхода к заключению соглашений об избежании двойного налогообложения доходов и имущества. Главы правительств государств – участников Содружества договорились использовать между собой и с третьими странами типовое Соглашение по этому вопросу.

Соглашение применяется к лицам, являющимся лицами с постоянным местопребыванием в одном или обоих договаривающихся государствах. В случае если доход получается полным товариществом, партнерством или фондом, постоянное местопребывание этого полного товарищества, партнерства или фонда определяется в соответствии с местом его регистрации.

Соглашением регулируются вопросы избежания двойного налогообложения доходов от продажи недвижимого и движимого имущества, доходов от авторских прав и лицензий, доходов от работы по найму и другие.

Правительство Российской Федерации и Правительства 17 государств, а именно: Алжир, Беларусь, Ботсвана, Бразилия, Великобритания, Венесуэла, Германия, Греция, Кипр, Китай, Мексика, Нидерланды, Саудовская Аравия, Сингапур, Таиланд, Турция, Чехия, – заключили ряд конвенций и соглашений об избежании двойного налогообложения [5].

Их положения в Российской Федерации применяются к следующим налогам:

- на прибыль предприятий и организаций;

- на имущество предприятий;
- на доходы физических лиц;
- на имущество физических лиц.

Цель подписания таких договоров: устранение двойного налогообложения, предотвращение уклонения от уплаты налогов, недопущение налоговой дискриминации. Соглашениями оговариваются: виды финансово-хозяйственной деятельности, на которые распространяется приведенное правило (международные перевозки, независимая личная деятельность, государственная служба); виды объектов налогообложения, подпадающих под действие договора (прибыль от коммерческой деятельности, дивиденды, проценты, доходы от недвижимого имущества, доходы от продажи недвижимого и движимого имущества, доходы от авторских прав и лицензий, доходы от работы по найму, гонорары директоров, пенсии); категории налогоплательщиков, пользующихся освобождением от двойного налогообложения. Соглашениями могут быть предусмотрены и иные категории доходов и имущества, освобожденных от двойного налогообложения.

Договорами может быть предусмотрен обмен информацией между компетентными органами. Так, на основании ст. 25 Договора между РФ и США об избежании двойного налогообложения и предотвращении уклонения от налогообложения в отношении налогов на доходы и капитал 1992 г. Компетентные органы будут обмениваться информацией, касающейся налогов, на которые распространяется Договор. Полученная информация считается конфиденциальной и может быть раскрыта только лицам или органам (включая суды и административные органы), связанным с исчислением, взиманием, управлением, принудительным взысканием или исполнением решений или рассмотрением заявлений в отношении налогов, на которые распространяется Договор [6].

Указанные соглашения применяются к налогам на доходы и имущество, взимаемым на всех уровнях в договаривающихся государствах, независимо от способа их взимания. Налогами на доходы и имущество считаются все налоги, взимаемые с общей суммы доходов, общей стоимости имущества или с отдельных элементов доходов или имущества, включая налоги на доходы от отчуждения движимого или недвижимого имущества, налоги на общую сумму заработной платы, выплачиваемой предприятиями, а также налоги на прирост стоимости имущества.

В заключение можно отметить, что в устранении двойного налогообложения доходов и имущества заинтересованы не только налогоплательщики, налоговое бремя которых значительно возрастает при обложении одного и того же объекта в разных странах, но и сами государства, стремящиеся к увеличению внутреннего и внешнего товарооборота, привлечению иностранных инвестиций и повышению конкурентоспособности не только отдельных национальных предприятий и экономики в целом. Налоговое бремя юридических и физических лиц, действующее в сфере международных экономических отношений, без устранения двойного налогообложения может достигать таких размеров, что всякое участие в международном разделении труда станет для них экономически неоправданным. Устранение двойного налогообложения возможно и в одностороннем порядке. Для этого страна постоянного местопребывания налогоплательщика может разрешить ему при выполнении налоговых обязательств учитывать налоги, уплаченные им за рубежом. Но это может привести к неоправданным потерям бюджета, а также махинациям со стороны недобросовестных налогоплательщиков. Кроме того, страна постоянного местопребывания в этом случае будет выступать нетто-донором той страны, в которой ее гражданин или предприятие осуществляет свою деятельность. В связи с этим, необходимость заключения международных соглашений, которые обязывают страны идти на компромисс, очевидна.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс РФ.
2. Постановление Правительства РФ от 28.05.1992 № 352 «О заключении межправительственных соглашений об избежании двойного налогообложения доходов и имущества».
3. Арутюнян В. Проблемы международного двойного налогообложения и пути их решения / В. Арутюнян // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 2.
4. Кудряшова Е. В. Особенности устранения двойного налогообложения для косвенных налогов // Финансовое право. 2013. № 12.

5. Полежарова Л. В. Международное двойное налогообложение: механизм устранения в Российской Федерации. М.: Магистр. 2014.
6. Сайт журнала «Российский налоговый курьер» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rnk.ru/article/175683-ustranenie-dvoynogo-nalogooblozheniya>
7. Сайт «Большая библиотека» бесплатная библиотека электронных книг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biglibrary.ru/category42/book93/part107>.

УДК 519.95.01

М. А. Радченко

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Т. Ф. Осипова

научный руководитель

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-АРХИТЕКТУРЫ В RUP-МЕТОДОЛОГИИ

Понятие архитектуры информационной системы в объектно-ориентированном моделировании – это организационная структура системы, включающая в себя разделение системы на части, связи между этими частями, механизмы взаимодействия и основные принципы проектирования системы [1]. Поэтому под архитектурой информационной системы можно понимать структуру взаимодействия основных компонентов системы через интерфейсы, в том числе взаимодействия с компонентами, составленными из более мелких частей и интерфейсов.

Архитектура информационной системы представляется в RUP-технологии множеством из следующих пяти архитектурных компонент, которые соответствуют основным элементам в соответствующих моделях:

- the Use-CasesView – структура вариантов использования системы;
- the LogicalView – декомпозиция системы на классы и функциональные подсистемы;
- the ComponentView – структура программной реализации системы;
- the ProcessView – структура объединения подсистем и процессов;
- the DeploymentView – структура физического распределения компонентов программной системы по аппаратным средствам.

Такая архитектура носит название представление архитектуры 4+1, она приведена на рис. 1.

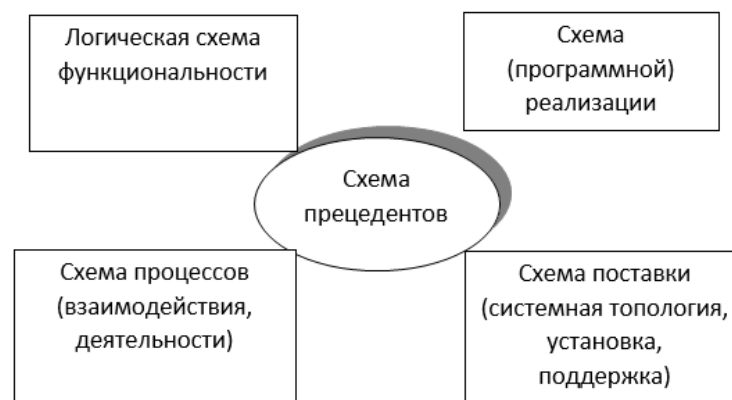


Рис. 1. Представление архитектуры в методологии RationalUnifiedProcess

В центре рисунка находится Схема прецедентов (понятность и удобство). Вокруг нее располагаются Логическая схема (функциональность), Схема программной реализации, Схема процессов (производительность, масштабируемость, эффективность), Схема поставки (системная топология, установка, поддержка).

Схема прецедентов является основой для разработки бизнес-архитектуры. Бизнес-архитектура требует тщательного изучения прецедентов, создания прототипов для подтверждения основных концепций. Дополнительной предметной областью, влияющей на создаваемую архитектуру приложений, являются модели требований к информационной системе [2]. Фактически, модели требований – это целевой функционал ИТ-решения, который определяется ключевыми пользователями и структурируется либо по бизнес-процессам, либо по подразделениям. С учетом этих требований и существующих моделей бизнес-процессов, а также построенных моделей данных проектируется новая архитектура приложений. В дополнение к этому на основании взаимосвязи архитектуры бизнес-процессов и архитектуры приложений может быть построена такая прикладная модель, как «карта поддержки процессов информационными системами». После того, как архитектура приложений сформирована, дальнейшим этапом является создание архитектуры технологий, представляющей собой элементы ИТ-инфраструктуры, такие как серверы, сетевые элементы и другое оборудование, необходимое для поддержки функционирования приложений [4].

Для выбора основных прецедентов диаграммы прецедентов (бизнес-архитектура) можно использовать пункты технического задания из руководящего документа РД 34.50 [2], определяющие требования к системе:

- используемые данные (основа для реализации классов) и входные документы;
- построение базы данных, форм и отчетов;
- состав и задачи пользователей (основа для ввода данных и описания процедур взаимодействия пользователя с приложением);
- состав и задачи программной части системы (основа для программной структуры);
- состав и задачи аппаратной части системы (основа для топологии)

Эти требования являются основой для построения диаграмм классов, моделей логической схемы функциональности, приложений, модели взаимодействия с приложением, топологии физических устройств. Модель бизнес-архитектуры ИС представлена на рис. 2 в виде диаграммы прецедентов. Прецеденты являются требованиями, которые необходимо обязательно определить и описать для разработки архитектуры информационной системы для дальнейшей их реализации.

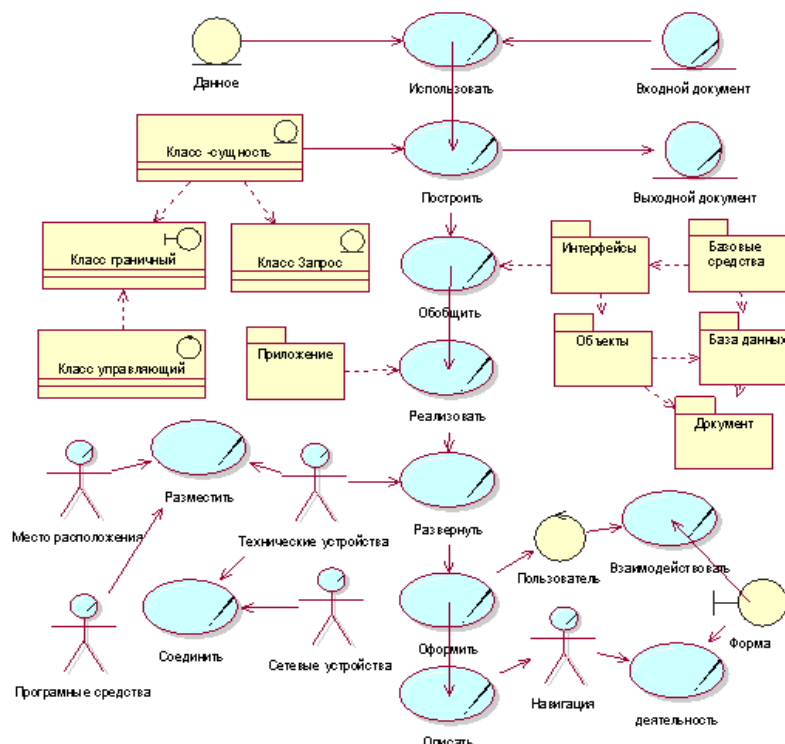


Рис. 2. Модель бизнес-архитектуры ИС

На основе приведенной модели принимается множество решений относительно построения информационной системы, выбираются структурные элементы и связи между ними, определяется топология и описывается поведение, обусловленное кооперацией этих элементов, выбираются важные механизмы, применяемые ко всей системе. Построенная модель показывает архитектурный стиль, который управляет организацией элементов системы.

Спроектированная архитектура по такой модели удовлетворяет выдвигаемым требованиям:

- простота использования;
- степень логичности структурных элементов;
- надежность и заменимость элементов структуры;
- возможность развития системы.

Простота использования достигается высокой степенью логичности интерфейса и интуитивно понятной организацией программных продуктов. Благодаря этому, разработка системы будет вестись в более короткие сроки и допускаться меньшее количество ошибок.

Библиографический список

1. Рамбо Д., Якобсон А., Буч Г. UML. Специальный справочник. СПб: – Питер. 2002. – 658 с.
2. ГОСТ 34.602-89. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Стадии создания.
3. Кратчен Ф. Введение в RUP. 2-е изд. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. –178;
4. Трутнев Д. Р. Архитектуры информационных систем. Основы проектирования: Учебное пособие. – СПб.: НИУ ИТМО, 2012. – 66 с.

УДК 330.14.014

Ю. С. Решетняк

студент кафедры экономической безопасности

Н. А. Бердникова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА КОМПАНИЙ

В современном обществе интеллектуальный капитал становится основой богатства. Именно он определяет конкурентоспособность экономических систем, выступает ключевым ресурсом их развития [1]. Многочисленные исследования показывают, что за последние годы доля нематериальных активов (интеллектуального капитала) в структуре рыночной цены компании многократно возросла и на 2010 г. составляет в среднем 80% (рис. 1).

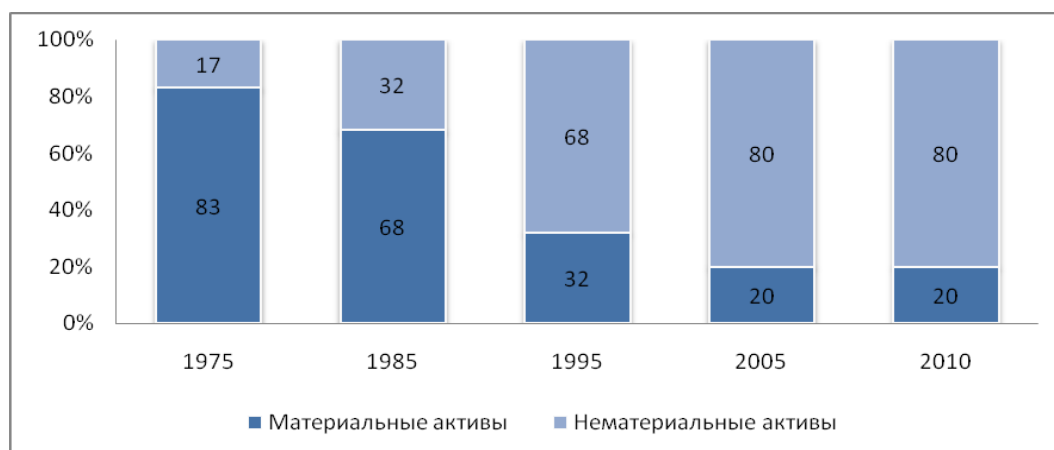


Рис. 1. Компоненты рыночной стоимости компаний [2]

В связи с этим решение вопросов, связанных с измерением стоимости нематериальных активов/интеллектуального капитала компании, является весьма актуальным для менеджеров – нельзя управлять тем, что невозможно измерить.

Целью работы является систематизация интеллектуального капитала, а также рассмотрение подходов к измерению интеллектуального капитала.

Интеллектуальный капитал (ИК) как термин в широком смысле часто используется для обозначения нематериальных активов, без которых компания теперь не может существовать. В этом значении интеллектуальный капитал предприятия можно подразделить на четыре части:

- рыночные активы;
- интеллектуальная собственность, как актив;
- человеческие активы;
- инфраструктурные активы [3].

Под человеческими активами подразумевается совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, умения решать проблемы, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков [3]. Под интеллектуальным капиталом в узком смысле следует понимать совокупность знаний всех работников, которые обеспечивают конкурентоспособность компании, а получение различного рода технических и организационных преимуществ перед конкурентами является основной функцией интеллектуального капитала.

Интеллектуальный капитал – основа будущего экономического роста. Главная цель оценки интеллектуального капитала – обеспечение устойчивого развития организации. Особенность интеллектуального капитала заключается в ресурсной базе, которой является человек. Состав и структура обеспечивают рыночную и социальную эффективность создаваемого продукта. Интеллектуальный капитал сложно измерять, потому что касается, прежде всего, качества нематериальных активов, а его измерение должно концентрироваться на исследовании того, что ожидается на предприятии в будущем. Не существует до сих пор никакого действующего стандарта, касающегося измерения интеллектуального капитала [4, с. 56–62].

Для оценки интеллектуального капитала на сегодняшний день разработано большое количество различных методов, которые различаются как по набору расчетных показателей, так и по качественным характеристикам. Полный обзор методов измерения ИК представлен Карлом-Эриком Свейби на его персональном сайте. Эрик Свейби выделяет 25 методов измерения интеллектуального капитала, сгруппированных в четыре категории [5]:

- методы прямого измерения интеллектуального капитала (DIC – Direct Intellectual Capital methods): к этой группе относятся все методы, основанные на идентификации и оценке в деньгах отдельных компонентов интеллектуального капитала, после чего выводится интегральная оценка интеллектуального капитала компании;

- методы рыночной капитализации (MCM – Market Capitalization Methods): вычисляется разность между рыночной капитализацией компании и собственным капиталом ее акционеров. Полученная величина рассматривается как стоимость ее интеллектуального капитала или нематериальных активов. К этой группе относится, например, коэффициент Тобина;

- методы отдачи на активы (ROA – Return on Assets methods): отношение среднего дохода компании до вычета налогов к материальным активам компании сравнивается с аналогичным показателем отрасли в целом. Чтобы вычислить средний дополнительный доход от интеллектуального капитала, полученную разность умножают на материальные активы компании. Далее путем прямой капитализации или дисконтирования получаемого денежного потока можно определить стоимость интеллектуального капитала компании (например, расчет экономической добавленной стоимости);

- методы сбалансированных показателей (SC – Scorecard Methods): идентифицируются различные компоненты интеллектуального капитала, генерируются и докладываются индикаторы и индексы в виде подсчета очков или графиков. Применение SC-методов не предполагает получения денежной оценки интеллектуального капитала. Эти методы подобны методам диагностической информационной системы. Сюда относится широко известная сбалансированная система

показателей, которая является наиболее эффективным методом оценки интеллектуального капитала. Этот метод также позволяет осуществить задачу донесения до всех подразделений организации ориентиры деятельности и стратегию организации.

Методы типа ROA и MCM методов, предлагающие денежные оценки, полезны при слиянии компаний, в ситуациях купли-продажи бизнеса. Они могут использоваться для сравнения компаний в пределах одной отрасли. Они очень хороши также для иллюстрации финансовой стоимости нематериальных активов. Наконец, они основываются на установившихся правилах учета, их легко сообщать профессиональным бухгалтерам. Их недостатки в том, что они бесполезны для некоммерческих организаций, внутренних отделов и организаций общественного сектора. Это особенно верно для MCM методов, которые могут применяться только к публичным компаниям.

Преимущества диагностической информационной системы и SC методов в том, что они применены на любом уровне организации. Они работают ближе к событию, поэтому получаемое сообщение может быть более точным, чем чисто финансовые измерения. Они очень полезны для некоммерческих организаций, внутренних отделов и организаций общественного сектора и для экологических и социальных целей. Их недостатки в том, что индикаторы являются контекстными и должны быть настроены для каждой организации и каждой цели, которая делает сравнения очень трудными. Кроме того, эти методы новы и нелегко принимаются обществом и менеджерами, которые привыкли рассматривать все с чисто финансовой точки зрения. А комплексные подходы порождают большие массивы данных, которые трудно анализировать и связывать.

Для интегральной стоимостной оценки величины интеллектуального капитала в экономической литературе, а также в практике работы зарубежных и отдельных отечественных фирм применяется коэффициент Тобина как отношение рыночной цены компании к цене замещения ее реальных активов (зданий, сооружений, запасов и др.). Рыночная цена компании может быть определена на основе данных о капитализации фирмы, которые основываются на оценках фондового рынка. Сегодня для большинства успешно работающих компаний значение коэффициента Тобина колеблется от 3 до 10; для наукоемких фирм этот коэффициент еще больше. Так, когда компания «IBM» поглотила «Lotus» (1995 г.), заплатив за нее 3,5 млрд долл., материальные активы которой оценивались в 230 млн долл., коэффициент Тобина достиг 15,2 [6]. Для отдельных компаний, действующих в сфере производства программного обеспечения и Интернет-технологий, коэффициент Тобина может достигать несколько сотен. Это означает, что в данных фирмах материальный капитал практически не принимает участия в создании стоимости, а главный производственный фактор в них – интеллектуальный капитал. Если цена компании существенно превосходит цену ее материальных активов, то это означает, что по достоинству оценены ее нематериальные активы: знания, талант персонала, качество образования, эффективность управляющих систем, менеджмента и др.

Расчеты показали, что значения коэффициента Тобина для 20 российских компаний находились в таких пределах: от 3,55 (ОАО «МТС») до 0,21 (Авто ВАЗ) [7]. Значения коэффициента Тобина меньше единицы означают, что уровень менеджмента, организационная структура компании, связи с потребителями таковы, что они не добавляют, а убавляют капитал фирмы. Знание одного, хотя и интегрального показателя недостаточно для полной оценки всех составляющих интегрального капитала. Поэтому рекомендуется прежде всего в составе интеллектуального капитала выделить три составляющих: человеческий, потребительский и организационный капиталы. Затем по каждой из трех составляющих отобрать и оценить количественные и качественные показатели, наиболее полно и конкретно учитывающие специфику каждой из составляющих.

Таким образом, для измерения интеллектуального капитала существует множество моделей как качественных, так и количественных. Выбор между ними необходимо делать, основываясь на целях исследования, специфики компании и применимости моделей. Различия состоят в группировании индикаторов и показателей. Также стоит заметить, что, несмотря на различия, все модели показывают, что интеллектуальный капитал является важным компонентом компании. Управление интеллектуальным капиталом поможет не только увидеть, где у компании про-

блемные места, а также поможет выявить те факторы, которые будут способствовать увеличению стоимости компании.

Библиографический список

1. Постановова Л. В. Качественные модели оценки интеллектуального капитала компании // Современные научные исследования и инновации. Июнь, 2011. № 2.
2. IntellectualCapitalEquity. Электронный ресурс. Режимдоступа: <http://www.oceantomo.com/about/intellectualcapitalequity>.
3. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Пер. с англ, под ред. Л. Н. Ковачин. СПб.: Питер, 2001. 288 с.
4. Джамай Е. В., Бендиков М. А. «Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения» // Менеджмент в России и за рубежом. 2001 г. № 4.
5. Официальный сайт Свейби. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.sveiby.com/>.
6. Стюарт Т. А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатство организаций / Пер. с англ. В. Ноздриной. М.: Поколение, 2007.
7. RBCQuote. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://quote.rbc.ru>.

УДК 338.51

Ю. С. Решетняк

студент кафедры экономической безопасности

Н. Г. Лашкова

канд. экон. наук – научный руководитель

УЛУЧШЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ПРАВИЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ БРЕНДИНГА

В условиях жесткой конкуренции перед даже широко известными предприятиями возникает достаточно сложная задача: как удержать свои позиции на рынке и сохранить эффективность деятельности. Обычно руководством организаций осуществляется ряд мероприятий по увеличению доли на рынке, по снижению затрат в целях осуществления ценовой конкуренции и еще множество других. Но зачастую этого бывает мало, чтобы выжить.

Целью бизнеса, помимо создания прибыли, является постоянное повышение капитализации компании, ее рыночной стоимости. Рентабельность и капитализация тесно взаимосвязаны, так как последний показатель зависит от получаемой компанией прибыли. В конечном счете, ценность компании определяется ее стоимостью. Поэтому капитализация компании может служить индикатором ее стабильного развития, даже если вопрос о продаже не стоит. Подобные взгляды сложились на Западе десятилетия назад, в настоящее время они становятся все более распространенными и в России. Ранее стоимость компаний оценивалась исключительно с точки зрения материальных активов – зданий, оборудования, земли. Однако, начиная с 80-х годов 20-го века, мир вошел в новую эру – предприниматели признали роль нематериальных активов. Крупнейшие компании стали оцениваться в десятки раз дороже, чем стоили их материальные активы. Владельцы стали приходить к выводу, что реальная стоимость их компаний лежит за пределами имущества – в умах потенциальных потребителей. Понятие «гудвилл» прочно вошло в обиход фундаментальных экономистов, появились несколько способов оценки стоимости брендов [1]. В конечном счете, был признан высокий удельный вес брендов в капитализации компании.

Сегодня вложения в бренды рассматриваются как инвестиции, бренд-менеджмент становится частью инвестиционной политики. Самым сильным побуждением к инвестированию в бренд является то влияние, которое он оказывает на финансовую стоимость компании-владельца. Для более глубокого определения вклада бренда в показатели деятельности компании становится необходимым измерение такого показателя, как капитал бренда. Согласно опре-

делению американского профессора Дэвида Аакера, капитал бренда – это маркетинговое понятие, которое отражает идею о том, что владелец бренда может получить больший доход от брендированного товара, чем от товара без имени бренда, за счет веры покупателей в лучшие свойства товара под именем бренда [2]. Другими словами, капитал бренда, с позиции предприятия – это средство увеличения рентабельности бизнеса и роста продаж. По другому определению Аакера, капитал бренда – это совокупность активов (или пассивов), связанных с марочным названием и символом, которая увеличивает (или уменьшает) ценность товара или услуги для фирмы и (или) для клиентов этой фирмы.

Важность капитала бренда обусловило появление еще одного определения бренд-менеджмента – это управление брендом с целью увеличения его капитала. Несмотря на различия в определениях капитала бренда, почти все управленцы сходятся во мнениях, что высокий капитал бренда помогает увеличивать его финансовую прибыль. Как показывает практика, у компаний с высокой рентабельностью обычно большой капитал бренда.

Для того чтобы реалистично оценить ту финансовую прибыль, которую приносит бренд, необходимо измерить его стоимость. Стоимость бренда – это финансовый результат всех усилий компании, направленных на создание бренда, на который направлены все элементы брендинга. Высокая стоимость бренда, как уже отмечалось, зачастую является единственной причиной, по которой компания продается значительно дороже стоимости всех ее активов. Стоимость бренда – это условная разница между рыночной капитализацией компании, ее нематериальными активами и стоимостью нематериальных активов, не связанных с брендом.

В настоящее время бренд превратился в результативный способ ведения бизнеса, оставаясь показателем репутации и индивидуальности, конкурентоспособности, инструментом достижения целей организаций. Брендинг принципиально важен для всех аспектов деятельности компании, связанных с достижением успешных финансовых результатов и устойчивого развития. Востребованность его определяется следующими тенденциями, сложившимися на российском рынке [2, 4]:

- избытком торговых марок в одной товарной категории;
- сходством товаров и услуг;
- необходимостью иметь конкурентные преимущества;
- превышением жизненного цикла бренда над товарным за счет развития, расширения, удлинения, диверсификации;
- переносимостью индивидуальности бренда на другие товары, производимые под данной торговой маркой.

Как массовое явление и предмет внимания специалистов по маркетингу и продажам, брендинг впервые появился в XIX в. – с выводом на рынок первых марочных быстро-продаваемых товаров массового потребления (FMCG), хотя отдельные упоминания о торговых марках встречались и существенно раньше. Например, еще в Древнем Риме было фабричное клеймо Fortis, которое стало настолько популярным, что его даже начали копировать другие производители. Одними из первых брендированных продуктов стали супы Campbell's, овсяные хлопья Quaker Oats и газированный напиток Coca-Cola.

В России же брендинг появился еще в 70-е годы прошлого века, но активное развитие он получил только 20 лет назад. Консалтинговое агентство Interbrand обнародовало рейтинг 40 самых ценных российских брендов 2013 г. Лидером списка оказался «Газпром» – торговую марку концерна авторы исследования оценили в 1,261 трлн рублей. Вслед за газовым гигантом в рейтинге разместилась «большая тройка» сотовых операторов (МТС, Билайн, Мегафон), в десятку также вошли «Норникель», Сбербанк, ТНК, ЛУКОЙЛ, «Балтика» и «Татнефть» [3].

В мире существуют две основные модели бренд-менеджмента: англо-американская (западная) и японская (азиатская). Во многом они определены особенностями западной и восточной культуры. Управление брендом в России в своем развитии более тяготеет к западной модели. Тем не менее, явно наблюдаются и некоторые черты японской модели.

Западная модель. В англо-американской модели бренд – понятие почти священное. Это пошло еще с начала XX в., когда на Западе закрепились теория «свободно стоящих брендов» (free standing brands). Западная модель основывается на концепции дифференциации продукта. Согласно этой модели, корпоративному бренду отводится второстепенная роль, на первый план выходят самостоятельные бренды, принадлежащие фирме. Корпоративные бренды на западе служат в основном инструментами формирования корпоративного имиджа и репутации фирмы на рынке. Сложности управления брендами по западной модели связаны в первую очередь с излишне разветвленной структурой брендового портфеля, что создает зачастую внутреннюю конкуренцию. Также минусом является большое количество затрат на продвижение каждого из брендов. Дополнительные трудности создают посреднические и сбытовые организации, которые стараются усилить собственные бренды.

Азиатская модель предполагает фокусирование маркетинговой деятельности на корпоративном бренде. Все продукты и услуги, производимые фирмой, имеют одно наименование, одну индивидуальность, один набор ценностей. Для японских потребителей корпоративное имя обладает гораздо большей ассоциативной нагрузкой, чем названия 76 отдельных товаров, реализуемых фирмой. Поэтому в рекламе японских фирм гораздо чаще используется корпоративный бренд, обеспечивающий доверие потребителей на всех рынках. Например, реклама «Toyota. Управляй мечтой!» продвигает корпоративный бренд, не акцентируя внимания на отдельных моделях. В настоящее время азиатская модель становится все популярнее благодаря ряду преимуществ: сильный корпоративный бренд способен объединить сотрудников, акционеров, бизнес-партнеров компании, он способствует установлению прочных долгосрочных отношений с поставщиками и гарантирует поступление инвестиций в долгосрочном периоде. Но у этой модели есть и недостатки: сложно продвигать единый корпоративный бренд в нескольких товарных категориях. Азиатская модель подходит для одноотраслевых, не диверсифицированных компаний. Добиться брендовой идентификации и создать устойчивую репутацию легче в рамках одной товарной категории. Другой уязвимой чертой является принцип управленческой иерархии «сверху вниз», которая не всегда отражает корпоративное видение бренд-менеджера [1].

На сегодняшний день, когда происходит глобальное взаимодействие мировых коммуникаций, уже нельзя сказать о сохранении этих моделей в первоначальном виде. Они неизбежно оказывают влияние друг на друга, при этом влияние западной модели оказалось более сильным, чем азиатская. Крупные японские компании начали вводить систему свободно стоящих брендов. Даже крупный автомобильный концерн Toyota позиционирует совершенно независимо друг от друга марки автомобилей Toyota и Lexus. В то же самое время такие европейские компании, как, например, Philips или Rowenta, проводят рекламные кампании своих товаров под слоганами с корпоративным брендом – «Philips – изменим жизнь к лучшему» или «Rowenta – радость в вашем доме». Так что сегодня, когда коммуникационное пространство настолько перенасыщено, в реальной ситуации границы между моделями становятся все более размытыми. Азиатская (или японская) система работы с брендами позволяет компаниям более эффективно бороться с конкурентами, и под прикрытием солидной «крыши» – «корпоративного» бренда – быстрее и дешевле выводить на рынок новые товары. Примером такого способа построения бренда на российском рынке может служить петербургский пивоваренный завод «Балтика». Несмотря на то, что контрольный пакет акций завода принадлежит скандинавской компании Baltic Beverages Holding, «Балтика» позиционируется как российский бренд. Сорта производимого «Балтикой» пива носят одноименное название и различаются только порядковым номером, что позволяет заводу запускать на рынок новинки без особых рекламных затрат [2]. Но за короткий срок создать имидж солидного «корпоративного» бренда не так-то просто, ведь история признанных в мире и японских, и европейских компаний насчитывает не одно десятилетие. Поэтому попытки быстрой «раскрутки» бренда по японской системе могут так же быстро привести к провалу. Как это произошло с торговой маркой «Довгань», бренд и рекламная компания которой в 1995 г. входила в десятку лучших. Первой продукцией, вышедшей под этой маркой, стала водка «Довгань Хлебная», но в 2005 г. ее сняли с эфира за нарушение закона «О рекламе». В это же время Владимир

Довгань начал продавать под своим именем разнообразные продукты питания. И чем большее количество товаров выходило под его «корпоративным» брендом, тем хуже шли его дела [5].

Бренды создаются и живут многие годы. Большинство лидирующих торговых марок существуют на своих рынках 20 и более лет, а некоторые, такие как «Coca-Cola», «Ford», «Cadbury» – уже более 100 лет. Даже такие «молодые» бренды, как «Microsoft» или «Intel», насчитывают более 20 лет. Таким образом, создание и поддержание того или иного бренда всегда является задачей, ориентированной на длительное будущее время, а это, как известно, одна из функций стратегии. Следовательно, управление брендами, или брендинг, имеет стратегический характер и является одной из важнейших стратегических функций, которую должны контролировать и использовать в своей деятельности руководители высшего звена предприятий, стремящихся к долговременному успеху на рынке и улучшению финансовых показателей компании.

Библиографический список

1. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2013. – 336 с.
2. Дымщиц М. «Брэнд» – это не только дорогая торговая марка, но и... // Рекламные идеи – YES! – 2010. – № 3 – 11–14 с.
3. Каньковская А. Р. Стратегический маркетинг. – Конспект лекций, СПб. 2010. – 91 с.
4. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий. – М.: Изд-во РАГС, 2012. – 328 с.
5. Ромат Е. В. Реклама. – СПб.: Питер, 2012. – 176 с.

УДК 659.19

П. Г. Рудь

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ОСОБОЕ УЧАСТИЕ РОССИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

С восстановлением рыночных отношений в России в конце 80-х гг. XX в. для рекламы наступило новое время, она стала быстро возрождаться. Сначала в газетах «Правда» и «Известия» стали появляться небольшие рекламные объявления. Затем на первом коммерческом телевизионном канале «2x2» стала регулярно выходить в эфир телевизионная реклама, также начали работу частные радиостанции, по которым транслировалось большое количество радиорекламы. В 1990 г. появилась первая наружная неоновая реклама компании «Coca-Cola», которую в Москве установило рекламное агентство «Соверо». Таким образом, можно сказать, что современный российский рекламный рынок начал складываться одновременно с развитием рыночных отношений в экономике России.

В этот период в Москве были созданы первые совместные рекламные предприятия: «Соверо «ТИССА» (СП «Союзторгрекламы» и «Махир», Венгрия). Рынок достаточно быстро заполнился большим числом молодых рекламных агентств, таких как «Аврора», «Максима», «Премьер СВ», «Видео Интернешнл». Рекламные агентства стали создаваться в других крупных городах России. Постепенно многие международные агентства, такие как BBDO, «LeoBurnett», «Saatchi&Saatchi», «Ogilvy&Mother», «McCann-Erickson», стали открывать свои филиалы в Москве, придя в Россию вслед за своими клиентами. В настоящее время российские филиалы этих агентств занимают почти 50% рынка российской рекламы. Их работа, базируясь на принципах, принятых в международной рекламной практике, принесла в российский рекламный бизнес профессиональные навыки работы и профессиональное отношение к рекламному делу. Появилась возможность воспитания российских рекламных кадров в различных вузах страны [1].

Российские рекламные агентства стали партнерами многих известных зарубежных агентств, так появилась компания «Euro RSCG», которая делает рекламу для Ситроен, Икеа, Макдональдс и др., а так же «Lowe» – клиентами, которой являются Билайн, Мерседес, Лукойл и др. В тоже время на рынке начали формироваться и национальные агентства, прежде всего в регионах [1].

В начале развития российского рекламного рынка доминировала реклама иностранных производителей с их многомиллионными бюджетами. Однако постепенно начинали выходить на рекламный рынок и российские компании, прежде всего банки, финансовые группы. Появилась российская реклама на телевидении, режиссерами которой были Б. Килибаев (рекламный сериал АО «МММ»), Т. Бекмамбетов (рекламный сериал «Мировая история» банка «Империал»).

Положительное развитие экономической ситуации в России позволило рекламному рынку использовать самые современные виды рекламы, такие как реклама в интернете, реклама на крупноформатных жидкокристаллических дисплеях на улицах, билборды и др. В настоящее время на рынке рекламы в России окончательно укоренились общие принципы рекламного бизнеса, по которым работает весь мировой рынок. Современная реклама в России не просто копирует западную рекламу. Российские дизайнеры учитывают особенности своего национального потребителя, и в большинстве случаев стремятся создавать рекламные обращения, сообразуясь с ними. Примерами такого подхода могут служить рекламные ролики, созданные для соков «Моя семья», «Любимый сад», для питательных батончиков «Сникерс» («Сникерсни!»), для «Coca-Cola» («Легенда об Иван-царевиче и сером волке») и др.

Важным событием в становлении российского рекламного рынка стало принятие в 1995 г. Федерального закона «О рекламе» и установление связей с международными рекламными организациями. Участие России в международной рекламной деятельности определяется проведением многочисленных выставок, семинаров, фестивалей посвященных рекламе.

Например, в Москве ежегодно проходит мероприятие, которое называется «Матрица рекламы». Это международный форум, который организуется уже более 20 лет, где встречаются представители компаний-рекламодателей и рекламных агентств их различных стран [2].

Россия сотрудничает с университетами выпускающих рекламистов по всему миру. Один из таких университетов находится в Москве это «Международный Институт Рекламы», он сотрудничает с США, Европой, Азией и считается международным, потому что его деятельность по данному направлению ориентирована на интеграцию вуза в единую международную систему образования и науки в соответствии тенденциям развития мировой рекламной отрасли. Там идет участие преподавателей и студентов в совместных с зарубежными вузами научных проектах, конференциях, форумах, семинарах (X и XI Международные образовательные конференции Международной Рекламной Ассоциации, Парижская и Венская конференции Европейского фонда образования в сфере коммерческих коммуникаций и т. д.). Международный Институт Рекламы признан Международной рекламной ассоциацией (IAA). В подтверждение высоких стандартов обучения специалистов по рекламе институт получил в 2005 г. право выдавать своим выпускникам профессиональные дипломы IAA по маркетинговым коммуникациям. Международный Институт Рекламы состоит в Европейском фонде образования в сфере коммерческих коммуникаций (EFCCE).

Таким образом, можно сказать, что растущая конкуренция производителей, новые экономические условия, глобализация, конкурентное позиционирование международных компаний, проблемы продвижения товаров и услуг на зарубежные рынки, инновационные маркетинговые технологии создают условия для особого участия России в международной рекламной деятельности. И в настоящее время Россия может быть подходящей площадкой для проведения международных мероприятий посвященных рекламе.

Библиографический список

1. Сейфуллаева Э. Концепция международной рекламы. [Электронный ресурс] // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». – 2011. – № 6. URL: <http://www.mavriz.ru/>
2. Васильев Г. А., Поляков В. А. Основы рекламы. М.: Юнити-Дана. 2012. 718 с.

УДК 656.7.022.1

В. В. Саганенко

студент кафедры международных экономических отношений

О. В. Акимова

канд. филол. наук, доц. – научный руководитель

ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Экологии и мерам по охране окружающей среды уделяется все больше и больше внимания в мировом сообществе. Решение проблем, связанных с загрязнением нашей планеты, напрямую влияет на существование человечества. Негативное воздействие на окружающую среду оказывает транспорт, в частности воздушный. Гражданская авиация способствует загрязнению воздуха, почв и вод.

Крупнейшие мировые производители самолетов, аэропортовые комплексы, авиакомпании принимают меры по сокращению негативного воздействия на нашу планету.

В статье описаны основные меры международной корпорации Airbus по сокращению выброса вредных веществ в атмосферу. В первую очередь они связаны с уменьшением веса самолетов, применением более экономичных материалов и двигателей. Кроме того, компания ведет активную деятельность по внедрению экологически чистого авиационного топлива и единой системы управления воздушным движением над Европой, способствующей сокращению продолжительности полета в этом регионе.

Далее описываются меры, предпринимаемые Finavia, финской компанией, осуществляющей функции регулятора в сфере гражданской авиации этой страны, и международным аэропортом Пулково по сокращению шумового загрязнения в районах аэропортов. В частности, описывается преобразование схем взлетов и посадок в аэропорту Хельсинки-Вантаа и результат данных изменений.

Кроме этого, в статье описывается внедрение систем по сбору противообледенительной жидкости под перронами, рулежными дорожками и взлетно-посадочными полосами аэропортов Хельсинки и Санкт-Петербурга для предотвращения загрязнения почв и вод вредными веществами.

В заключение дается обзор мероприятий, реализуемых финской и российской стороной в сферах сортировки бытовых отходов и сокращения потребления электроэнергии.

ENVIRONMENTAL PROTECTION IN CIVIL AVIATION OF EUROPEAN UNION AND RUSSIAN FEDERATION

Ecology has become very popular topic nowadays. It is undoubtedly so, because of its significance. More and more often we hear about inventions, development and researches made in this «green» area the task of which is to minimize negative impact on the environment.

2% of total global man-made CO₂ emissions are from air transport. Over the last 40 years the aviation industry has achieved outstanding reductions in emissions and noise. 70% reductions in CO₂ emissions, 90% NO_x (mononitrogen oxides) emissions reduction and a 75% reduction in noise were reached.

Air pollution harms human health and the environment. In Europe, emissions of many air pollutants have decreased substantially over the past decades, resulting in improved air quality across the region. Air pollution is a local, pan-European and hemispheric issue. Air pollutants released in one country may be transported in the atmosphere, contributing to or resulting in poor air quality elsewhere. One of the most significant negative impacts on the air is made by aviation. Air is polluted on every

stage of jets' life-cycle, from its producing till end-of-life. One of best example of prevention this type of contamination is presented by Airbus.

Airbus is the world's leading aircraft manufacturer. Creating new types, modernizing old ones it becomes a very successful competitor to the Boeing. Plants of the Airbus are located all over the Europe: in Toulouse, Frankfurt, different facilities are situated in Spain, United Kingdom and other European countries. No doubt that this manufacturer at the same time takes leading position in the question of environmental protection. On this field Airbus is working with whole life-cycle of the aircraft from design to manufacture, in flight operations to end-of-life as well as supply chain.

On the design stage measures are mostly connected with reducing fuel burn by lightening the aircraft, using more up-to-date engines and reducing noise produced by jets. Airbus is paying attention to ecology questions on every new model built by manufacture.

The A380 is the first commercial aircraft to incorporate as much as 25% composite material in its structure, with its carbon-fibre reinforced composite centre wing box saving 1.5 tones of weight. The A380 burns 20% less fuel per seat than its competitors – Boeing 777 and Boeing 747–800 Intercontinental that equal 20% less CO₂ emissions. Moreover, the A380 makes a better use of airports' take-off and landing slots. It is a key to help accommodate traffic growth without continuously increasing the number of frequencies.

Airbus A350 which has been rolled out earlier this year is 25% more fuel efficient than current generation aircraft. It helps to preserve fuel and reduce the emission of greenhouse gases.

Relatively old and well known family of A320 which is flying all over the world for almost 30 years is now going through rebirth. This brand new jet called A320neo (new engine option) was showed in Toulouse on September 25, 2014. Incorporating both Sharklets and new efficient engines the jet has reached the reduction of 15% of fuel consumption compared to today's single aisle aircrafts. Once this model will be used on commercial routes every jet will save over 1 100 tons of fuel per year, equivalent to the consumption of 1 000 mid-size cars. Entry into service will start in 4-th Quarter 2015 with A320neo to be followed by the A319neo and A321neo [4].

Sustainable alternative drop-in fuels, produced from renewable resources, can reduce aviation CO₂ emissions by up to 80% per ton of fuel. Though Airbus' involvement in flights and its technical support, 50/50 blend alternative fuels have been certified for commercial flights. Over 1 500 commercial flights have now been flown with alternative fuels worldwide. Airbus' alternative fuels strategy is based around being the catalyst in the search for sustainable solutions for the production of affordable alternative fuels in sufficient commercial quantities to face the environmental challenges for aviation.

Moreover, Airbus is highly involved in improving the overall air transport system, and is playing a leading role in defining and promoting modernized Air Traffic Management (ATM) to maximize efficient use of airspace. Airbus is a partner in the Single European Sky ATM research (SESAR) initiative in Europe. SESAR and its partners are working to achieve the highest operational efficiencies with more direct routings, resulting in 10% less fuel consumption and significant reductions in CO₂ emissions and noise by 2020 [2].

Political unrests, which are happening now in Eastern Europe, Asia make serious impact on air transport. Closing of air routes over Ukraine led to lengthening of time planes stay airborne. Jets from Europe to Asia or vice versa, from Russian Federation to southern countries now have to fly around this territory. Fuel costs and time airborne will be increasing, air pollution will be undeniable. As a result, more fuel is burnt and bigger negative impact on the environment is made.

Every restriction in airspace above territories contradicts to the policy of open skies. It does not help mankind to move ahead to the idea of "global environmental protection". It is a step back to consumer society where only somebody's requirements are important. Political disorders cause huge negative effect, no matter of perpetrators and victims. At the end the only victim is mankind.

Noise pollution impacts our life every day. It is mostly produced by air transport, trains and other types of vehicles. In giant cities like Tokyo, Moscow, Frankfurt, London this type of pollution is measured more than 65dB during daytime (20% above highest possible level) and 55dB at nighttime

(30% above). Several diseases like hearing impairment, ischemic heart disease, annoyance, and sleep disturbance can be caused by it.

The noise generated by airplanes constitutes a significant environmental impact in the areas surrounding airports.

The huge step in preventing noise pollution was made by Finavia – Finnish Aviation Authority.

Finavia bears the responsibility for its own operations and emissions. As a keeper of airports, Finavia is also for its part responsible for the environmental impact of operations carried out at its airports. The work for reducing environmental impact on these areas is implemented gradually over a long period of time. In 2013, Finavia's environmental investments amounted to approximately 19.2 million euros.

Finavia, Finnish aviation authority, constantly strives to reduce noise with a long-term approach. The means of noise control include optimizing runway usage and night-time limitations, flight route planning and changes in approach methods, as well as limitations on the noisiest aircraft.

Helsinki Airport has three runways, which are used as required by weather conditions, traffic and environmental considerations. Headwind is the safest wind for aircraft to land and take off in. The runway to be used is chosen applying the direction and velocity of wind, the noise generated by aircraft and the number of planes is taken into account.

There are about twenty different runway combinations in use. The primary runway for landings is Runway 15 from the direction of Nurmijarvi, or Runway 22L from the direction of Kerava, while the primary runway for takeoffs is Runway 22R towards southwest, in the direction of Western Vantaa and Espoo. Aircraft with low noise can take off from Runway 22L towards the south at the same time.

The aim is to handle the traffic corresponding to the demand so that the number of people living in the noise area is as small as possible. At night-time, landings are primarily made using Runway 15 from the direction of Nurmijarvi, and take-offs using Runway 22R in the direction of Espoo. Jet plane landings to Runway 33 from the southeast and take-offs from Runway 15 towards the southeast are avoided due to dense population in the affected areas.

Finavia revised some of the airplanes' approach methods in March 2013. The intermediate approach height of Runway 04R-22L was increased by 330 meters. Now the planes landing from the east will approach the airport at a higher altitude than before, which will reduce noise levels in Kerava and Sipoo. The intermediate approach height of Runway 04L-22R was decreased by 270 meters.

Noise control and its monitoring are closely regulated by the environmental permits of airports. The monitoring system at Helsinki Airport has nine measurement stations providing accurate data on the noise levels created by different types of aircraft. The results and actual flight routes used are reported to the authorities in keeping with the environmental permit of Helsinki Airport.

In the last decades, the aircraft noise area at Helsinki Airport has decreased substantially even though the traffic volume has increased. The reduction is due to progress in aircraft technology and air traffic control operating methods. While there were 97,000 people living in the aircraft noise area of the Metropolitan Region in 1990, the noise area had been reduced to affect only 14 000 inhabitants by 2011 [5].

In 2013, Finavia introduced the WebTrak service that allows the routes and noise levels of aircraft using Helsinki Airport to be monitored from the Internet. In addition, Finavia continued to invest resources in the planning of runway usage methods and flight route planning, as well as in the promotion of continuous descent approaches.

Another measure to reduce noise is to change Standard Instrument Departures (SID) and Standard Terminal Arrival Route (STAR), Instrument Landing Systems (ILS) and air routing in general.

This project is realizing at the moment at Pulkovo international airport, Russia's third airport on passenger flow. Its new terminal was opened on the 4-th of December, 2013. From the stage of designing, environmental protection was prioritized by the Northern Capital Gateway LCC – company implementing operating activity management. Now, almost a year after being on service, ecology innovations are still integrating.

New flight procedures for SID and STARs for Pulkovo airport has been developed by specialized company under the leadership of local Air Traffic Control and a special Working Group created by airlines, airport and aviation authorities. At the same time new Pulkovo airport's airspace is implemented.

Strategic directions in environmental protection include several points. Several of them were already mentioned in previous parts. Another important problem is soil and water pollution by de-icing and anti-icing fluids.

One of the most significant environmental impacts of airports and air traffic are created by the runway de-icing treatment, anti-icing and de-icing treatments of aircraft and the flight operations themselves. Harmful substances spoil soils and waters around airport area if special drain facilities are not built.

Finland is a country where ecology is set as a priority policy direction. That's why Finnish authorities' efforts may be regarded as the best example of how it is better to work with de-icing and anti-icing fluids. The most significant environmental investments are targeted at reducing the load on the aquatic environment caused by the de-icing and anti-icing treatments at Helsinki Airport.

At Helsinki Airport, waters containing airplane anti-icing and de-icing agents are collected using a suction vehicle and by leading the waters from the aprons and from the anti-icing agent containing snow piling areas to wastewater sewage. The majority of oxygen consumption loading caused by anti-icing and de-icing agents is collected for treatment.

The part of rain and melting water from the Helsinki Airport area that cannot be collected to a wastewater treatment plant is discharged via four ditches to the Vantaanjoki and Keravanjoki rivers. The loading on surface waters is regularly monitored [3].

To compare with, problem of de-icing and anti-icing is also trying to be solved in Saint Petersburg. Two stands on the Pulkovo airport's tarmac are used for de-icing of aircrafts. One is situated on the northern part and another one – on the southern part of tarmac. Each stand is equipped with pipelines providing drain of liquids to the system of wells with flowmeter, refractometer and a automatic spreader dividing incoming liquids into two flows if they are filled with contaminants above the standard level or not. If the liquid is quite clean it is accumulated in artificial reservoir. Otherwise, through the drain collector fluid is put to water treatment facilities specially build on the territory of the Pulkovo airport.

Several problems of protecting environment in civil aviation are not only connected with planes as themselves. Some problems are general. They are irrational using of electricity, storing a recycling of waste and exhaust fumes.

Here, it is worth to mention again Finnish aviation authorities because they are paying high attention to the stated problem.

Finavia's Energy and Climate Program provides guidelines for the energy efficiency work undertaken at airports. Energy is saved with the help of new technological solutions and training. The overall trend regarding energy and water consumption is decreasing.

Among other things, airports consume energy for heating, ventilation, cooling, illumination and the operation of various types of equipment and systems. Finavia's Energy and Climate Program was launched in 2007. In 2013, energy efficiency was improved, among other things, by optimizing the heating and ventilation of buildings, by installing geothermal systems at Rovaniemi and Savonlinna Airports and by replacing illumination systems [6].

Let us take notice of Russian airport Pulkovo, because since its opening, the main target for the operating company on its first steps is to collect information about electricity, water consumption and volumes of waste.

On the territory of the terminal conceptions of garbage's separate collection and auto-sorting are established. By the end of the year, percentage of waste taken for recycling is to reach 72%.

Since its birth, Airbus has been committed to a continuous improvement of its environmental performance. This led to a stepwise implementation of an Environmental Management System (EMS)

compliant with the International Organization for Standardization (ISO) 14001 norm and fully integrated in Quality Management. EMS is used to continually monitor and minimize the environmental impacts of our processes and products at each stage of activity. This manufacturer was the first in the aerospace industry to receive the ISO 14001 certification covering its sites, products and services.

Airbus S.A.S. claims that its future innovations in environment protection will be following:

- Single European Sky ATM Research (SESAR);
- Air Traffic Flow Management solution;
- Green taxiing: e-taxi, Taxibot;
- Wireless cabin;
- Advanced Turbofan;
- Alternative Fuels;
- Zero unscheduled maintenance.

These innovations are connected with almost all stages of producing, using and dismantling aircrafts, organizing of air traffic [4].

Aeroflot has developed a program for continuation and development of its initiatives in the field of environmental protection and social responsibility as part of Company cooperation with partners in the SkyTeam alliance. The Company has also developed a series of plans and instructions governing work in this direction in preparation for certification of its environmental management work to the standards of ISO 14001:2004 [1].

Finavia is planning to modernize local airports such as Tampere-Pirkkala, Turku, Rivaniemi airports and Helsinki-Vantaa air hub to arise them on a high level in ecology, while Pulkovo international airport is going ahead implementing new environment protection measures to improve its ecological position in the region and try to reach European standards.

Ecology may be "active" or "passive". "Active" ecology is based on complex of measures taken to provide environmental protection. "Passive" ecology is a result of steps made to provide developing in other spheres. Making fuel efficient engines, lightening aircraft frame aim mostly reducing costs than decreasing negative impact on environment. At the same time, some ideas like changing approach schemes, storing and recycling of waste, de-icing and anti-icing facilities are examples of real, "active" environment. Unfortunately, nowadays environmental protection is only a developing sphere in Russia. It is just making its first steps. On this level, ecology is mostly "passive", imposed by government, international agreements. Moreover, to provide connection with other parts of the world, Europe for instance, Russian carriers must buy aircraft which comply with European Union's requirements. Furthermore, we have to change our mind, like for example Finns in order to think about "active" ecology.

To conclude, what should be done next? European and Russian manufactures, organizations in many spheres are working separately and sometimes together to help environment to stay comfortable and useful for mankind. Several decades ago ecology was mentioned as a perspective and young science. Today, it has become vitally necessary for all of us. It is time not only to think, but to act. Our future is no longer in someone's hands. We are those, who must create our tomorrow today.

References

1. Aeroflot confirmed ISO 9001 and ISO 14001 certificate // airlineberg.com [сайт]. – 2014-2015. – URL: <http://www.airlineberg.com/aeroflot-confirmed-iso-9001-and-iso-14001-certificate/> (дата обращения 21.04.2015)
2. Airbus ProSky SESAR // Airbus, the leading aircraft manufacturer [сайт]. – 2015. – URL: <http://www.airbusprosky.com/research/sesar.html> (дата обращения 21.04.2015)
3. Aquatic and soil emissions caused by de-icing treatments of runways and airplanes // Finavia Annual Report 2013. [сайт]. – 2014-2015. – URL: <http://vuosikertomus.finavia.fi/en/2013/responsibility/responsibility-information/environmental-information/aquatic-and-soil-emissions/> (дата обращения 21.04.2015)
4. Environmental innovations from Airbus // Airbus, the leading aircraft manufacturer [сайт]. – 2015. – URL: <http://www.airbus.com/presscentre/corporate-information/key-documents/> (дата обращения 21.04.2015)

5. Principles of using runways // Finavia Annual Report 2013. [сайт]. – 2014-2015. – URL: <http://vuosikertomus.finavia.fi/en/2013/responsibility/responsibility-information/environmental-information/runway-use-helsinki-airport/> (дата обращения 21.04.2015)
6. Waste // Finavia Annual Report 2013. [сайт]. – 2014-2015. – URL: <http://vuosikertomus.finavia.fi/en/2013/responsibility/responsibility-information/environmental-information/waste/> (дата обращения 21.04.2015)

УДК 656.7.022.1

В. В. Саганенко

студент кафедры международных экономических отношений

Г. Ю. Пешкова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

РЫНОК СЛОТИРОВАНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ В ПЕРИОД КРИЗИСА АВИАПЕРЕВОЗОК: ПЕРСПЕКТИВЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Рынок авиаперевозок в России в 2014 г. вступил в фазу рецессии. Это проявляется в сокращении темпов роста пассажиропотока на международных и внутренних линиях. Данная тенденция стала результатом ухудшения геополитической обстановки в Европе, приведшей к ослаблению рубля и введению санкций. По данным Росавиации, за январь–ноябрь 2014 г. пассажиропоток на международных воздушных линиях (МВЛ) вырос на 3,48% по сравнению с тем же периодом 2013 г., в то время как темп прироста в 2013 г. относительно 2012 г. составлял 17,36%. Динамика темпа прироста пассажиропотока на внутренних воздушных линиях (ВВЛ) и международных воздушных линиях (МВЛ) отражена на рис. 1 [4].

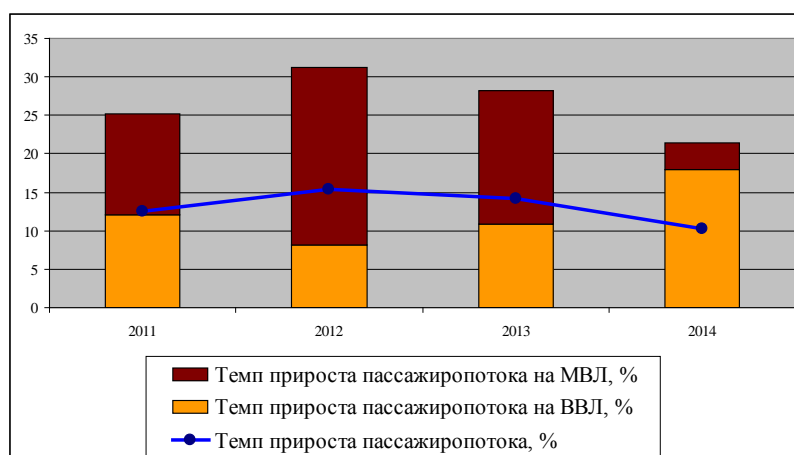


Рис. 1. Динамика темпа прироста пассажиропотока на ВВЛ и МВЛ в 2011–2014 гг., %

Снижение темпов прироста пассажиропотока на МВЛ в 2013 г. с 23,08% до 17,36% произошло, несмотря на проведение в Сочи 22-х Зимних Олимпийских Игр. Дальнейшее его падение было обусловлено обострением кризиса на Украине и напряжением взаимоотношений между Россией и Европейским Союзом. В конце 2014 г. Finnair прекратила полеты по направлениям Нижний Новгород, Казань, Самара из Хельсинки в связи с уменьшением спроса. Австрийская «Niki», входящая в группу Air Berlin, полностью отменила рейсы из Вены в Москву. Сама авиакомпания «Air Berlin» сократила количество оборотов между Берлином и Санкт-Петербургом. Также полностью ушли с российского рынка, заменили на менее вместительные воздушные суда или значительно сократили количество рейсов на маршрутах авиакомпании

«EasyJet» (рейсы в Лондон), «Flydubai» (Дубай), «Emirates» (Дубай) и «Thai Airways» (Бангкок), которая также закрыла сеть представительств в России [2].

Девальвация рубля, которая достигла своего пика в декабре 2014 г., пока не отразилась на статистике авиаперевозок, но в значительной степени повлияла на спрос.

Российские аэропорты обслужили более 157,7 млн российских и иностранных граждан на внутренних и международных рейсах. Объемы перевозок пассажиров через аэропорты России в 2014 г. увеличились на 10,8% по сравнению с предыдущим годом.

Объем внутренних перевозок в 2014 г., за исключением маршрутов, пунктом назначения/отправления которых является Москва, увеличился на 22% по отношению к 2013 г. и составил более 10 млн пассажиров.

С момента принятия в Российскую Федерацию Республики Крым в Симферополь и в обратном направлении было выполнено более 20 тыс. рейсов, перевезено около 2,7 млн пассажиров, что в 4,5 раза превышает объем перевезенных пассажиров в 2013 г. (591 985 человек). Если до 2014 г. регулярные полеты в Крым выполняли 11 российских авиакомпаний из восьми пунктов Российской Федерации, то уже в 2014 г. регулярные полеты в Крым выполняла 21 авиакомпания из 33 городов Российской Федерации [5].

Положительная динамика темпов прироста на внутренних линиях стала, в том числе, результатом применения программы субсидирования региональных перевозок. В 2014 г. по этой программе было выполнено более 12 тыс. рейсов. Они выполнялись 19 авиакомпаниями, среди которых были «Ижавиа», «Псковавиа», «ЮТэйр», «Якутия» и «Газпромавиа». На реализацию программы из бюджета было выделено 3,58 млрд руб., из которых потрачено 3,451 млрд руб. Программа развития авиаперевозок, включающая субсидирование перевозчиков, продолжит действие в 2015 г. В дальневосточном сегменте субсидируемых перевозок планируется изменить пропорцию субсидии. Вместо схемы 50% на 50%, предполагается предложить пассажиру оплачивать 60% стоимости билета [2].

С другой стороны, в России на данный момент не выпускается достаточное количество доступной и современной авиационной техники, коэффициент авиационной подвижности, рассчитываемый по формуле (1), за 25 лет вырос на 0,1 и стал равен 0,59

$$K_{\text{авиационной подвижности}} = \frac{\text{Пассажиропоток, чел}}{\text{Население, чел}} \quad (1)$$

Коэффициент авиационной подвижности в США равен 2,5, что свидетельствует о том, что в среднем житель этой страны путешествует авиационным транспортом 2,5 раза в год, в Европе – 2.

Ситуация на рынке приводит к финансовым трудностям, которые возникают у авиакомпаний всех эшелонов. В 2014 г. были упразднены перевозчики «Башкортостан», «Московия», сейчас через процедуру банкротства проходит компания «АкБарс Аэро». Самым заметным и освещаемым закрытием стало прекращение деятельности авиакомпании «Добролет», которая вела операционную деятельность в течение нескольких месяцев. Санкции, наложенные на воздушные суда и компании, занимавшиеся страхованием, техническим обслуживанием флота компании, привели к прекращению полетов 4 августа 2014 г.

Кризис затрагивает не только небольших перевозчиков, которые вынуждены покидать рынок, но и более крупных игроков. По данным на 15 декабря 2014 г. задолженность авиакомпании ЮТэйр перед кредиторами составляет 2,06 млрд руб. или 42,98 млн долл. Основными кредиторами являются «Альфа-банк», лизинговая компания «Югра СПб» и банк «БФА». Для уменьшения кредиторской задолженности авиакомпания планирует вывести из флота 46 единиц воздушных судов, в том числе 12 только что приобретенных самолетов Airbus A321. Она также планирует обратиться за господдержкой. Другой авиакомпанией, уже обратившейся за помощью государства, является «Трансаэро», занимающая первое место в России по пассажиропотоку на международных линиях [6].

Для максимизации выручки и уменьшения риска неплатежеспособности авиакомпании она стремится получить в аэропорту максимально удобное для пассажиров и компании время для совершения рейса. На этом этапе появляется понятие слота и слотирования.

Слот – включенное в расписание время отправления и/или прибытия для конкретного типа воздушного судна в определенную дату [1].

Исторически слотирование сложилось из-за ограниченности доступной в аэропортах инфраструктуры, в первую очередь стоянок для воздушных судов. В период бурного развития авиаперевозок после Второй Мировой войны Международная Ассоциация Воздушного Транспорта (IATA) впервые применила практику распределения слотов.

Основой для большинства национальных систем распределения слотов между компаниями являются рекомендации IATA. Они описаны в специальном документе – Worldwide Scheduling Guidelines, последняя версия которого была выпущена 12 марта 2015 г. Документ отражает основные права и обязанности аэропортов и авиакомпаний при распределении слотов, их получении и обслуживании.

В Европейском Союзе документом, регулирующим процесс распределения временных интервалов, является Постановление Европейской Комиссии № 545/2009, а в Российской Федерации – Постановление Правительства Российской Федерации № 599 «О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах» от 22 июля 2009 г. В соответствии с правилами IATA, национальные нормативно-правовые акты имеют больший приоритет, чем рекомендации Ассоциации Воздушного Транспорта.

Российское законодательство в вопросе распределения интервалов дублирует положения рекомендаций в силу универсальности предложенных положений.

Одним из основополагающих принципов слотирования является правило исторического прецедента (historic slot), которое устанавливает приоритет в предоставлении слота авиакомпаниям, использовавшим аналогичный временной интервал в предыдущем эквивалентном периоде более 80% времени. Расписание любой авиакомпании имеет два выраженных периода: летний и зимний. Для летнего расписания 2015 г. эквивалентным будет считаться летний период 2014 г.

Второй принцип слотирования – возможность обмена слотами несколькими авиакомпаниями между собой. IATA выступает против актов их купли-продажи, однако сделки периодически проводятся. Некоторые авиакомпании продают слот, чтобы впоследствии выкупить его по более высокой цене и сохранить право на приоритет в данном аэропорту на следующий период.

Одним из известных случаев продажи слота является сделка авиакомпаний Continental и GB airways на сумму 209 млн долл. США по предоставлению последней 4 пары интервалов в пиковый период в аэропорту Хитроу (Лондон) [7].

Регулятор выделяет несколько типов аэропортов, для которых применяются разные правила распределения слотов.

Аэропорт 1 типа – аэропорт, в котором доступная мощность инфраструктуры соответствует спросу на авиаперевозки в данном аэропорту в любой период времени.

К аэропортам 2 типа относятся комплексы, которые могут быть перегружены в определенные периоды дня, недели или сезона.

В аэропортах 3 типа спрос на стоянки со стороны авиакомпаний в определенные промежутки времени значительно превышает предложение, обеспечиваемое аэропортом. Кроме того, в аэропортах данного класса невозможно увеличение площади перрона и другой инфраструктуры в короткий период. Аэропорты этой группы представляют собой наиболее загруженные воздушные гавани всего мира. В России к 3 уровню относятся аэропорты Московского авиационного узла (МАУ) – Шереметьево и Домодедово.

Для проведения переговоров по распределению интервалов дважды в год, перед началом очередного сезона, проводятся конференции. Ближайшая, 136-я конференция будет проводиться в Ванкувере 23–25 июля по согласованию расписания зимнего периода 2015–2016 гг. В ней примут участие представители многих аэропортов 3 группы. Европа будет представлена аэропортами Парижа, Амстердама, Берлина, Кельна, Лондона, Праги, Рима, а также Москвы.

В аэропортах 3 группы процесс распределения слотов представляет собой модель рынка, в котором авиакомпании имеют спрос на те или иные временные интервалы, обусловленные пиками пассажиропотоков, наиболее популярными стыковками в хабах этих компаний,

а также желанием повысить коэффициент загрузки рейса и, следовательно, выручку. В то же время аэропорты имеют предложение, ограниченное количеством стоянок для воздушных судов, техники и человеческих ресурсов. Еще одним фактором, ограничивающим предложение, является стремление аэропорта повысить свои доходы от неавиационной деятельности путем увеличения продолжительности стыковок между рейсами для трансферных пассажиров.

Кризис, разразившийся в отношениях между Россией и странами Европы и Соединенными Штатами Америки, усложнил развитие контактов во многих сферах экономики, в том числе в гражданской авиации. Самым ярким результатом этого конфликта стало банкротство авиакомпании «Добролет». В то же время проведение встреч на наднациональном уровне, например под контролем IATA, позволяет находить пути разрешения трудных ситуаций при взаимодействиях между отдельными игроками рынка авиационных перевозок.

Особенности процесса слотирования позволяют иметь постоянную площадку для общения и совместной работы крупнейших компаний и аэропортов мира, становясь, таким образом, новым инструментом функционирования гражданской авиации как внутри Российской Федерации, так и в мировом сообществе.

Библиографический список

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 июля 2009 г. № 599 «О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах» (ред. от 31.01.2012)
2. Авиатранспорт: чем тяжелее время, тем важнее сплоченность // Экономика и жизнь: [сайт]. – 2015. – URL: <http://www.eg-online.ru/article/269607/> (дата обращения 19.04.2015)
3. Меньше зарубежных полетов // Авиатранспортное обозрение: [сайт]. – 2015. – URL: <http://www.ato.ru/content/menshe-zagranichnyh-poletov> (дата обращения 19.04.2015) -(2)
4. Основные производственные показатели гражданской авиации // Федеральное Агентство Воздушного Транспорта – Росавиация: [сайт]. – 2015. – URL: http://www.favt.ru/favt_new/?q=dejatelnost/vozdushnye_perevozki/osnovnye_proizvodstvennyye_pokazateli_ga (дата обращения 19.04.2015)
5. Первое место в мире по темпам роста показали авиаперевозки на внутреннем рынке России // Экономика и жизнь: [сайт]. – 2015. – URL: <http://www.eg-online.ru/article/274171/> (дата обращения 19.04.2015)
6. "ЮТэйр" анонсировала вывод из парка 46 самолетов // Авиатранспортное обозрение: [сайт]. – 2015. – URL: <http://www.ato.ru/content/yuteyr-anonsirovala-vyvod-iz-parka-46-samoletov> (дата обращения 19.04.2015)
7. IN FOCUS: Regulations set to change secondary slots market // Airline business: [сайт]. – 2015. – URL: <http://www.flightglobal.com/news/articles/in-focus-regulations-set-to-change-secondary-slots-385094/> (дата обращения 19.04.2015)

УДК 343.535.1

А. Ю. Самарина

студент кафедры экономической безопасности

О. А. Бизина

научный руководитель

**ИЗМЕНЕНИЯ, ВНЕСЕННЫЕ В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН
«О НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВЕ)»
И ОТДЕЛЬНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ РФ
В ЧАСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ПРОЦЕДУР,
ПРИМЕНЯЕМЫХ В ОТНОШЕНИИ ГРАЖДАНИНА-ДОЛЖНИКА**

В данной статье будут рассмотрены законодательные изменения в положении гражданина-должника.

Несостоятельность (банкротство) – признанная уполномоченным государственным органом неспособность должника (гражданина, организации или государства) удовлетворить

в полном объеме требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных государственных платежей.

Под термином «банкротство» также понимается процедура, применяемая по отношению к должнику, направленная на оценку его финансового состояния, выработку мер по улучшению финансового состояния должника, а в случае, если применение таких мер будет признано нецелесообразным или невозможным, – на наиболее равное и справедливое удовлетворение интересов кредиторов несостоятельного должника [1].

Банкротство, инициированное самим должником, часто именуется как самобанкротство или плановое банкротство.

Так как процедура банкротства граждан как физических лиц предусмотрена действующим законодательством, но в связи с отсутствием нормативно определенной процедуры в действительности не применяется, будем говорить о банкротстве индивидуального предпринимателя.

В настоящее время общая процедура банкротства граждан, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц регламентируется и критерии несостоятельности определяются федеральным законом от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» [2].

Согласно Приказу № 54 от 15 февраля 2010 г. «Об утверждении Порядка проведения открытых торгов в электронной форме при продаже имущества (предприятия) должников в ходе процедур, применяемых в деле о банкротстве» и «Требований к электронным площадкам...», все процедуры по реализации имущества должников по банкротству обязаны осуществляться в электронной форме на электронных торговых площадках.

Для возбуждения дела о банкротстве необходимо, чтобы должник (юридическое лицо либо индивидуальный предприниматель) обладал признаками банкрота. Для предпринимателя такими признаками является неудовлетворение указанных в законе требований кредиторов в течение трех месяцев со дня, когда он должен был их удовлетворить, при этом сумма его обязательств должна превышать стоимость принадлежащего ему имущества и должна быть более 10 тыс. руб. Для юридических лиц таким признаком является только неудовлетворение своих обязательств в течение трех месяцев. При этом сумма обязательств должна быть более 100 тыс. руб.

Процесс банкротства начинается с подачи в арбитражный суд заявления о признании должника банкротом. Заявление может быть подано конкурсным кредитором, уполномоченным органом или самим должником. Он вправе подать в суд или арбитражный суд заявление в случае предвидения банкротства при наличии обстоятельств, очевидно свидетельствующих о том, что он не в состоянии исполнить денежные обязательства в установленный срок.

В соответствии со ст. 27 закона о банкротстве, в отношении должника – юридического лица может быть введена одна из предусмотренных законом процедур:

- наблюдение (продолжительность – не более семи месяцев);
- финансовое оздоровление (продолжительность – не более двух лет);
- внешнее управление (продолжительность – не более 18 месяцев; возможно продление не более чем на шесть месяцев);
- конкурсное производство (продолжительность – шесть месяцев с принятия решения о признании должника банкротом; может неоднократно продлеваться на срок до шести месяцев);
- мировое соглашение.

Для контроля за проведением процедуры банкротства создается собрание кредиторов и, при определенных условиях, комитет кредиторов, назначается арбитражный управляющий. Составляется реестр требований кредиторов должника.

Процесс банкротства завершается либо ликвидацией должника-юридического лица, либо удовлетворением требований кредиторов.

В отношении индивидуальных предпринимателей (ИП) могут быть применены такие процедуры банкротства: конкурсное производство и мировое соглашение, а также иные процедуры, предусмотренные для них указанным законом. Индивидуальный предприниматель, признанный банкротом, не может быть зарегистрирован в качестве ИП в течение года с момента признания его банкротом [3].

Преднамеренное и фиктивное банкротство в России являются преступлениями.

Арбитражный суд вправе по мотивированному ходатайству гражданина и иных лиц, участвующих в деле о банкротстве, исключить из конкурсной массы имущество гражданина, которое является неликвидным, или доход от реализации которого существенно не повлияет на удовлетворение требований кредиторов. Однако, общая стоимость имущества гражданина, которое исключается из конкурсной массы в связи с неликвидностью, не может превышать сто минимальных размеров оплаты труда. Судебный пристав-исполнитель осуществляет продажу имущества должника. Продаже подлежит все имущество гражданина, за исключением имущества, не включаемого в конкурсную массу.

Для индивидуальных предпринимателей – глав крестьянского (фермерского) хозяйства перечень имущества, на которое взыскание обращено быть не может, существенно расширен. Имущество, принадлежащее главе крестьянского (фермерского) хозяйства и членам крестьянского (фермерского) хозяйства на праве собственности, а также иное имущество, в отношении которого доказано, что оно приобретено на доходы, не являющиеся общими средствами крестьянского (фермерского) хозяйства, не включается в конкурсную массу. Преимущественное право приобретения имущества крестьянского (фермерского) хозяйства имеют лица, занимающиеся производством сельскохозяйственной продукции и владеющие земельными участками, непосредственно прилегающими к принадлежащему крестьянскому (фермерскому) хозяйству земельному участку.

Сущность изменений – во введении процедуры реструктуризации задолженности гражданина (на основе утверждаемого судом плана), а также в возможности проведения двух альтернативных процедур: заключения мирового соглашения и реализации имущества должника как крайней меры. Установлен порядок реструктуризации долгов гражданина и реализации его имущества. До принятия закона необходимые нормы в законодательстве отсутствовали, что создавало трудности как для должников, так и для кредиторов. В основном задолженность взыскивалась через суд с последующим принудительным исполнением судебного решения силами приставов. В итоге обычно удовлетворялись требования кредитора, обратившегося в суд первым.

Федеральный закон от 29.12.2014 № 476-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» и отдельные законодательные акты РФ в части регулирования реабилитационных процедур, применяемых в отношении гражданина-должника» уточняет, что дела о банкротстве юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, а также граждан, прекративших деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, но денежные обязательства по уплате обязательных платежей которых возникли в результате осуществления ими предпринимательской деятельности, рассматриваются арбитражным судом. Дела о банкротстве граждан, не являющихся индивидуальными предпринимателями, рассматриваются судом общей юрисдикции.

Гражданин обязан обратиться в суд с заявлением о признании его банкротом в случае, если удовлетворение требований одного кредитора или нескольких кредиторов приводит к невозможности исполнения гражданином денежных обязательств или обязанности по уплате обязательных платежей в полном объеме перед другими кредиторами и размер таких обязательств и обязанности в совокупности составляет не менее чем 500 тыс. руб.

В деле о банкротстве гражданина обязательно участие финансового управляющего – арбитражного управляющего, утвержденным судом (арбитражным судом) для участия в деле.

В законе о банкротстве также перечислены:

- критерии неплатежеспособности гражданина;
- особенности рассмотрения обоснованности заявления о признании гражданина банкротом;
- порядок представления проекта плана реструктуризации долгов гражданина, его содержание, перечень прилагаемых к нему документов;
- порядок принятия судом решения о признании гражданина банкротом;
- особенности реализации имущества гражданина;
- порядок удовлетворения требований кредиторов гражданина;
- последствия признания гражданина банкротом (в частности, в течение 5 лет гражданин-банкрот не вправе принимать на себя обязательства по кредитам или займам без указания на факт банкротства);
- особенности прекращения производства по делу о банкротстве гражданина в связи с заключением мирового соглашения;
- особенности рассмотрения дела о банкротстве гражданина в случае его смерти.

В связи с принятием закона внесены поправки, в том числе в Гражданский кодекс РФ, Уголовный кодекс РФ, Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)», Кодекс РФ об административных правонарушениях, Арбитражный процессуальный кодекс РФ, Гражданский процессуальный кодекс РФ, Федеральный закон «Об исполнительном производстве». Признаны утратившими силу отдельные положения некоторых законодательных актов.

Федеральный закон вступает в силу с 1 июля 2015 г. [4].

В заключение можно отметить, что сделанные изменения детализируют предмет банкротства гражданина и несколько упрощают задачу ориентирования в законодательных актах касательно этой темы. Добавленные нормы призваны прояснить ситуацию и помочь человеку разобраться в особенностях такой процедуры, как банкротство.

Важно, что уточнены такие вопросы, как последствия признания гражданина банкротом, особенности прекращения производства по делу о банкротстве гражданина в связи с заключением мирового соглашения и особенности рассмотрения дела о банкротстве гражданина в случае его смерти. Принятые меры должны повысить ответственность потенциального должника, чтобы он не стал таковым. Более того, факт банкротства накладывает обязательства и ограничения на такого гражданина в течение последующих пяти лет.

С одной стороны, принятые нововведения в сфере законодательного регулирования в некоторой степени облегчают участь гражданина-должника. С другой стороны, они должны сделать его более сознательным. Человек не должен допускать такой ситуации, когда он вынужден пройти через процедуру банкротства, как бы говорят нам изменения.

Следует предположить, что появившиеся уточнения будут способствовать (в будущем времени, поскольку они вступят в силу 1 июля нынешнего года) ясности в такой непростой сфере экономических отношений, как банкротство.

Библиографический список

1. Карелина С. А. Механизм правового регулирования отношений несостоятельности. М.: Волтерс Клувер. 2008. 262 с.
2. О несостоятельности (банкротстве): Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ // Собрание законодательства. М., 2002. № 43. 4190 с.
3. Сайт арбитражного управляющего. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://росбанкротство.рф/biblioteka/osobennosti-bankrotstva-individualnogo-predprinimatelya/>
4. Сайт информационно-правовой системы «Консультант плюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/39835.html>

УДК 336.67

Ю. А. Сапрыкина

студент кафедры «Финансы»

Ю. Н. Дьякова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь

ДИНАМИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УБЫТОЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СЕВЕРО-КАВКАЗСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Самым важным показателем эффективной и прибыльной деятельности любого предприятия является его финансовый результат. При этом финансовый результат может быть, как отрицательным, так и положительным со стороны деятельности организации. Положительный финансовый результат будет выражаться в виде прибыли, а это значит, что после своей производственной деятельности, осуществления всех затрат и расходов как на производственный, так и на реализационный процесс, уплаты налогов у предприятия еще остается часть денежных средств, которую оно может использовать по своему усмотрению. Каждое предприятие в своей финансовой политике стремится к максимизации прибыли, то есть к ее увеличению и снижению всех издержек до минимума. Однако далеко не все предприятия являются прибыльными. Убыток, как финансовый результат деятельности предприятий, встречается намного чаще из-за неправильного осуществления производственного процесса, неумения скоординировать деятельность персонала предприятия или даже из-за нерациональности использования производственных мощностей и ресурсов. Убыток предприятия характеризуется как превышение его расходов над доходами и как следствие недостаточность денежных средств на конец его производственного процесса.

В совокупности все предприятия, которые находятся на определенной территории, регионе, округе, стране существенно влияют на ее развитие. Так, например, увеличение числа прибыльных предприятий в определенном регионе может повлечь за собой привлечение потенциальных инвесторов, однако инвесторы не будут стремиться инвестировать свои денежные средства в те регионы, в которых доля убыточных предприятий наиболее высока. Удельный вес убыточных организаций в Северо-Кавказском федеральном округе представлен в табл. 1 [1].

Таблица 1

Удельный вес убыточных организаций в СКФО в % от общего количества организаций

Регион	Год			
	2011	2012	2013	2014
Северо-Кавказский федеральный округ – всего	33,8	32,3	33,7	31,8
в том числе:				
Республика Дагестан	31,8	32,3	33,7	30,7
Республика Ингушетия	47,7	50,0	45,8	25,9
Кабардино-Балкарская Республика	38,3	41,0	37,1	38,8
Карачаево-Черкесская Республика	34,8	33,9	32,7	21,7
Республика Северная Осетия-Алания	39,7	39,0	39,6	41,2
Чеченская Республика	53,2	47,1	50,0	43,1
Ставропольский край	23,9	23,1	22,7	26,6

По результатам, представленным в таблице, можно сделать вывод, что наиболее убыточными регионами в Северо-Кавказском федеральном округе являются Чеченская республика, а так же республика Ингушетия. Доля убыточных организаций в среднем у них свыше 45%, это почти половина от всех организаций в данных регионах. Однако в 2014 г. риск убыточности в республике Ингушетия снизился до 25,9%, что аналогично показателям по Ставропольскому краю. Ставропольский край является практически самым безубыточным регионом в СКФО. На его долю приходится около 1/5 предприятий, чьи финансовые результаты на конец года были отрицательными. В 2014 г. этот показатель достиг отметки в 26,6%. Так же количество убыточных организаций снизилось в Карачаево-Черкесской Республике до 21,7% и в республике Дагестан до 30,7%, что нельзя сказать про те регионы, где этот показатель к концу 2014 г. наоборот вырос: Кабардино-Балкарская Республика – с 37,1% до 38,8%; республика северная Осетия–Алания с 39,6% до 41,2%.

При анализе числа убыточных организаций так же следует делать акцент на те отрасли экономики региона, в которых концентрируется наибольшее число убыточных предприятий. Это позволяет выявить тенденцию слабых сторон развитости экономики на определенной территории и осуществить особые меры воздействия по их устранению. Удельный вес убыточных организаций по отдельным видам экономической деятельности в СКФО за 2014 г. представлен в табл. 2 [2].

Таблица 2

Удельный вес убыточных организаций по отдельным видам экономической деятельности в СКФО в % от общего количества организаций

Отрасль экономики	Регион Северо-Кавказского федерального округа						
	Республика Дагестан	Республика Ингушетия	Кабардино-Балкарская республика	Карачаево-Черкесская республика	Республика Северная Осетия-Алания	Чеченская республика	Ставропольский край
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	29,4	61,5	34,9	36,4	59,1	80,9	7,3
Добыча полезных ископаемых	42,9	100	–	–	66,7	–	58,3
Обрабатывающие производства	27,6	100	32,7	27,6	39,6	40,0	32,7
Производство и распределение электроэнергии, газа, воды	65,4	40,0	66,7	46,2	39,1	53,8	17,1
Строительство	20,8	25,0	36,4	25,0	36,8	19,8	35,3
Оптовая и розничная торговля	11,1	20,0	42,9	36,4	26,7	46,7	17,9
Транспорт и связь	63,0	50,0	73,3	22,2	83,3	75,0	36,2
Финансовая деятельность	–	–	–	100	–	–	75,0
Операции с недвижимым имуществом	29,2	60,0	18,8	50,0	36,8	45,5	30,6

По полученным данным можно сделать вывод, что в наиболее убыточных республиках (республика Ингушетия, Чеченская республика) самыми неперспективными отраслями экономики являются обрабатывающие производства (100% и 40,0%), сельское хозяйство (61,5% и 80,9%), а также более половины убыточных организаций приходится на такую отрасль как транспорт и связь (50,0% и 75,0%). В республике Дагестан самым прибыльным направлением деятельности является оптовая и розничная торговля (11,1%), а самым убыточным – производство и распределение электроэнергии, газа и воды. Обратная тенденция наблюдается в Кабардино-Балкарской республике, где больше всего убыточных предприятий приходится на производство и распределение электроэнергии, газа и воды (66,7%), а меньше всего на операции с недвижимым имуществом (18,8%). В Карачаево-Черкесской республике 100% убыточность организации наблюдается в финансовой деятельности, что говорит о плохой экономической стабильности региона, а также о невозможности рационально использовать денежные средства и их эквиваленты для получения прибыли. В республике Северная Осетия–Алания большой риск образования убытка как финансового результата деятельности организаций наблюдается в отрасли транспорта и связи (83,3%), кроме того высокая нестабильность деятельности организаций приходится на добычу полезных ископаемых (66,7%). Ставропольский край остается самым благоприятным регионом в Северо-Кавказском федеральном округе для осуществления предпринимательской деятельности по отношению к другим регионам. Самым прибыльным видом экономической деятельности является сельское хозяйство, так как Ставропольский край выращивает на своих полях большое количество сельскохозяйственной продукции, обеспечивая как свой регион, так и делая большой вклад в продовольственные запасы всей страны. Однако на территории данного округа наиболее убыточными отраслями экономики также остаются финансовая деятельность (75,0%) и добыча полезных ископаемых (58,3%).

Убыточная деятельность предприятия может носить как временный, так и постоянный характер. При этом если предприятие временно ухудшило свой финансовый результат в связи с определенными внутренними и внешними обстоятельствами, то при осуществлении определенных мер по их устранению предприятие может стать вновь прибыльным. Однако если предприятие имеет убыток в своей деятельности, на протяжении длительного периода времени, это может привести саму организацию к такому понятию как банкротство. В соответствии с федеральным законом № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. банкротство – это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам или исполнить обязанность по уплате обязательных платежей в предоставленный срок [3]. Банкротство предприятия может быть вызвано как внутренними (большой цикл производства, неумение координировать деятельность производства, превышение затрат над прибылью, низкая рентабельность продукции, уменьшения качества продукции, цены и т. д.), так и внешними причинами (несовершенство денежной, кредитной, налоговой, финансовых систем, политическая и экономическая нестабильность в стране, инфляция, сильная конкуренция и т. д.). Кроме того, те предприятия, которые были признаны банкротами, не подлежат восстановлению в своей производственной деятельности, поэтому так важно улучшать деятельность предприятия на ранних сроках ухудшения финансовой ситуации.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Северо-Кавказском федеральном округе около 33% предприятий являются убыточными, в основном в сферах транспорт и связь, добыча полезных ископаемых, а так же производство и распределение электроэнергии, газа и воды. Наиболее неперспективными регионами для производственной деятельности являются Чеченская республика, а также республика Ингушетия. Самым благоприятным районом для предпринимательской деятельности и получения прибыли является Ставропольский край. Данному округу следует обратить особое внимание на те отрасли экономики, в которых убыточных организаций больше чем прибыльных, для улучшения условий деятельности предприятий и, как следствие, увеличения получаемой прибыли с производства.

Библиографический список

1. Федеральная служба государственной статистики / Россия в цифрах / Финансы организаций: [Электронный ресурс]. – http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/22-21.htm (дата обращения 31.04.2015).
2. Федеральная служба государственной статистики / Россия в цифрах / Финансы организаций: [Электронный ресурс]. – http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/22-22.htm (дата обращения 3.05.2015).
3. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)»: [Текст] № 127-ФЗ от 26.10.2002 г. (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.01.2015), (дата обращения 21.04.2015).
4. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции [Текст] : учеб. пособие для студ., обучающихся по спец. "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Э. И. Крылов, В. М. Власова, И. В. Журавкова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 720 с.

УДК 659.1.011.14

В. Ю. Святная

студент кафедры информационных технологий в бизнесе

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

Социальная реклама в современной России играет значимую роль в жизни общества, социальные рекламные кампании находят положительное отношение у граждан, побуждая их проанализировать свое отношение к жизни. Реклама социальной направленности рассматривается как вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым острым проблемам общества и его нравственным ценностям. Предназначение социальной рекламы это формирование нравственных ценностей общества и изменение его поведенческой модели. Социальная реклама формирует ценностные ориентиры, информирует население об общественно важных событиях, оказывает влияние на поведение людей, стимулирует гражданскую активность, содействует развитию благотворительности, привлекает дополнительные ресурсы в социальную сферу, сообщает людям о способах преодоления трудных жизненных ситуаций. Социальная реклама воспринимается как элемент массовой культуры, становясь демонстрационным материалом, миром идей и ценностей и отражая типичные ситуации социальной жизни людей. Реклама адаптирует человека к новым социальным ролям и ценностям, способам поведения в разнообразной обстановке. Обращаясь к повседневным сферам человеческого общения, социальная реклама создает определенные формы восприятия повседневной жизни. Социальная реклама как некоммерческая форма коммуникации призвана выражать общественные и государственные интересы и содействовать достижению благотворительных целей, распространению духовных, нравственных, эстетических, социальных ценностей. Заметное различие коммерческой и социальной рекламы заключается и в том, что, если в коммерческой рекламе чаще всего решаются задачи формирования благоприятного отношения к объекту рекламирования, то социальная реклама часто может исполнять роль привития негативного отношения к нему, вплоть до неприятия и отвращения, страха.

Важной отличительной особенностью является то, что в социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением упоминания об органах государственной власти, об иных государственных органах, об органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, и о спонсорах [1].

К числу организаций и институтов, которые могут реализовывать свои цели, размещая социальную рекламу на различных медианосителях, относятся:

1. государственные структуры (министерства и ведомства – Министерство здравоохранения и социального развития, МВД, ФНС и пр.);

2. ассоциации (профессиональные, торговые и гражданские ассоциации);
3. некоммерческие организации (общественные благотворительные фонды, больницы);
4. коммерческие организации (в основном, с благотворительной целью).

Независимо от того, какая организация создает и размещает социальную рекламу, она в дополнение к информационной, суггестивной и стимулирующей функции выполняет и социально-пропагандистскую функцию (создает образ здорового, позитивного образа и стиля жизни, желательного поведения в актуальной ситуации, формирует культуру потребления). Значимым событием в развитии социальной рекламы в России является ежегодный Национальный конкурс социальной рекламы «Новое пространство России», учрежденный в 2006 г. МОО «Национальным советом социальной информации» [2].

Современная социальная реклама использует практически все существующие формы и каналы коммуникации, что обусловлено очень широкой целевой аудиторией (так как социальные нормы и аномалии выступают элементом общей культуры и затрагивают практически все слои населения). В условиях существенной и постоянно растущей перенасыщенности рекламной среды, к современной социальной рекламе предъявляются дополнительные требования лаконичности, а с учетом широты целевой аудитории здесь необходимо соблюдение требования простоты образов и понятной формы изложения рекламной идеи.

Одна из самых острых проблем, которая присутствует в России – высокий уровень травматизма и смертности в автокатастрофах, оборачивающийся десятками тысяч смертей и увечий. И уже сегодня можно говорить об эффективности социальной рекламы в данной сфере, о чем свидетельствует статистика ГИБДД. Социальная рекламная кампания предварялась изменениями правил дорожного движения, требованием пристегиваться ремнями безопасности, ужесточением мер, направленных на борьбу с пьяными водителями и др. Она была ориентирована на водителей, пассажиров и родителей с детьми. Наряду с социальной рекламой проводилась масштабная работа по разъяснению важности использования специальных кресел для детей с ремнями безопасности. Все мероприятия дали должный эффект и социальная реклама, направленная на дорожную безопасность в настоящее время считается наиболее эффективной. Так же большим успехом пользуется реклама в области алкоголизма, курения и профилактики СПИДа.

Рассматривая успехи отечественной социальной рекламы, все же нужно отметить и минусы, такие как ее эпизодический характер, малобюджетность и пока еще недостаточное качество исполнения, следствием чего, естественно выступает ее периодическая неэффективность. Можно отметить, что российские ролики социальной рекламы часто непрофессиональны, т. к. разрабатываются по аналогии с рекламными сообщениями по продвижению товара. В принципе, процесс создания и распространения социальной рекламы подчиняется общим правилам теории рекламной деятельности. Однако существует и специфика, прежде всего, связанная с тем, что объектом рекламирования выступает не товар, а мысль, идея, важная нерешенная проблема, результат какой-либо деятельности. И основной целью воздействия должно выступать формирование некоего мнения, впечатления, позитивной психологической установки, вывода. Таким требованиям, к сожалению, пока отвечает не вся социальная реклама, часто бывающая излишне корректна или ориентирована на «раскаяние» курящего или пьющего и абсолютно не затрагивая совсем не гуманные интересы табачной и алкогольной индустрии, лоббирования интересов их развития.

Для того чтобы социальная реклама была эффективной, важно четко осознать «болевы точки» существующей проблемы и активно их использовать на основе оригинальных креативных подходов. Вместе с тем, сила воздействия не должна выходить за рамки сильной стрессовой ситуации. В настоящее время наблюдается разнообразие тем, поднимаемых социальной рекламой это и стабилизация общественных отношений, и создание положительного имиджа в обществе, и привлечение внимания к существующим социальным проблемам. Потенциал социальной рекламы в России используется не в полной мере: она занимает сравнительно небольшое место среди всего рекламного пространства, переполненного коммерческой рекламой.

Сегодня пришло понимание чрезвычайной важности социальной рекламы и для дальнейшего развития экономики и не только в части снижения людских потерь (на дорогах, от пьянства, наркомании), но в отношении поддержки государственными структурами, бизнесом и частными лицами общественно значимых инициатив и программ (защита и восстановление исторических памятников, охрана окружающей среды). К проблемам формирования здорового образа жизни уже сегодня тесно примыкают проблемы формирования асоциальных обществ и движений, сект, благотворительной деятельности, борьбы со стрессовыми ситуациями, нарушения прав человека, помощи инвалидам, престарелым, одиночества. Уровень актуальности (первоочередности) той или иной проблематики может определяться крупными общественными объединениями и организациями на основе данных социальной статистики, социологических служб и изучения общественного мнения и самой, быстро изменяющейся жизнью. Возможно, пришло время создания на базе ряда структур специальных подразделений, изучающих законотворческую и реальную практику социальной рекламы в различных странах, ее целевые аудитории и эффективность, приемлемость их использования с учетом отечественного менталитета. Развитие интереса к социальной рекламе должно поддерживаться разнообразными конкурсами, фестивалями, форумами при широкой поддержке со стороны средств массовой информации, общественных организаций и отдельных граждан.

Библиографический список

1. Ученова В. В., Старых Н. В. Социальная реклама. М.: Издательство ИндексМедиа, 2010. 304 с.
2. Мандель Б. Р. Социальная реклама: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2012. 304 с.

УДК 338.27

Д. В. Семенов

аспирант кафедры менеджмента

М. Л. Кричевский

д-р техн. наук, проф. – научный руководитель

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА

Система найма персонала – это совокупность действий, которые направлены на привлечение кандидатов, обладающих необходимыми качествами для выполнения трудовых обязанностей. Система найма включает в себя два понятия: «подбор» и «отбор» персонала. Подбор – это система мер для привлечения работников в организацию, отбор – это процесс изучения и отсева кандидатов.

Ниже перечислены основные этапы системы найма персонала:

- определение потребности в персонале;
- формирование профиля «идеального» сотрудника;
- определение параметров поиска;
- подбор кандидатов;
- отбор кандидатов;
- принятие решения о найме кандидата.

Каждая система обладает определенными особенностями и характеристиками. Выбор конкретной системы найма персонала обуславливается следующими факторами:

- срок «закрытия» вакансии;
- характер вакансии и предъявляемые к кандидатам требования;
- наличие денежных средств на оплату внешних ресурсов (СМИ, рекрутинговые агентства);
- рабочее время, которое может быть выделено на поиск кандидатов;

- конфиденциальность поиска.

Персонал – это возможность практически для любой организации повысить свою конкурентоспособность. Качество работы организации напрямую зависит от качества работы каждого сотрудника. Соответственно, эффективность системы найма персонала во многом определяет успешность организации. Подбор является наиболее важной частью системы найма. В настоящее время существует много различных систем подбора персонала. Наиболее распространенными источниками подбора персонала являются:

- средства массовой информации (газеты, телевидение, интернет);
- текущий штат организации (карьерный рост);
- кадровые агентства;
- государственные службы занятости;
- различные учебные заведения;
- личный круг общения сотрудников организации (знакомые и родственники).

Рассмотрим наиболее популярные системы подбора персонала.

Система подбора персонала с помощью СМИ

Различные источники СМИ могут обеспечить просмотр объявления соискателями от десятков до сотен тысяч людей. В объявлении, помимо информации о работе, размещается ряд требований, которые работодатель предъявляет соискателям. Основным преимуществом данной системы подбора является охват большего числа соискателей и низкая стоимость размещения объявлений. Одним из самых популярных средств СМИ в XXI в. является интернет. Его основное отличие – это возможность размещения полной информации о вакансии и компании с помощью медиа-ресурсов. Интернет дает уникальную возможность проводить собеседования с соискателями из других городов. С помощью интернета можно дистанционно проводить психологическое и профессиональное тестирование. Также в интернете есть возможность проводить рекрутинг с помощью «социальных сетей».

У системы подбора персонала с помощью интернета существует два основных недостатка. Во-первых, для использования интернета необходимо иметь компьютер и подключение к сети. Во-вторых, для пользования интернетом необходимы базовые знания о работе компьютера.

Система подбора персонала из штата организации

Этот метод в основном используется для подбора руководителей среднего и высшего звена. Карьерный рост сотрудников внутри организации имеет несколько преимуществ:

- отсутствие затрат на поиск;
- повышение интеграции в рабочие процессы и в коллектив;
- повышение лояльности к организации сотрудника, переведенного на более высокую должность, а также его коллег, которые видят, что в данной организации существует карьерный рост;
- существенное снижение затрат на обучение нового руководителя.

Главным недостатком этого метода является то, что он доступен только для крупных компаний с большим количеством сотрудников.

Система подбора персонала с помощью кадровых агентств

Агентства, оказывающие услуги по поиску и подбору персонала, условно можно разделить на кадровые и рекрутинговые. Сотрудничество компании с тем или иным агентством зависит от вида и уровня сложности вакансии, которую нужно «закрыть». Задача кадровых агентств заключается в подборе группы кандидатов на определенную должность. Важным критерием, помимо качества, является количество кандидатов. К услугам рекрутингового агентства прибегают в том случае, когда в целях стратегического развития компании необходимо привлечение высокопро-

фессионального топ-менеджера. Результатом работы агентства будет подбор двух-трех кандидатов, из которых компания выберет будущего сотрудника.

Организация заинтересована в подборе персонала с помощью кадровых агентств в следующих случаях:

- существует ограничение по времени (необходимо срочно «закрыть» вакансии);
- необходимо сэкономить время кадровой службы по обработке всего количества возможных соискателей;
- необходимо соблюсти конфиденциальность поиска;
- в службе персонала компаний среднего и малого бизнеса отсутствует отдельный менеджер по поиску персонала, этот процесс контролирует не кадровая служба, а сам руководитель.

У этой системы два основных недостатка. Первый – это отсутствие четкого взаимодействия агентства с компанией. Зачастую формулировка задач оказывается не совсем ясной для сотрудника агентства, что может привести к подбору неподходящих соискателей. Вторым недостатком является стремление агентства выполнить свои обязательства в установленный срок. Возможны ситуации, когда агентства не укладываются в установленное время и для ускорения процесса подбора персонала сознательно занижают критерии и набирают не самых квалифицированных соискателей.

У всех трех систем существуют свои преимущества и недостатки. Для результативной работы системы найма персонала крайне важным является четкое определение целей и задач организации. При утверждении кандидата на руководящую должность целесообразно, в первую очередь, использовать кадровый ресурс компании. На место сотрудника, получившего повышение, следует привлекать соискателей с помощью СМИ или кадровых агентств.

Библиографический список

1. Дейнека А. В. Беспалько В. А. Управление человеческими ресурсами: учебник / Дейнека А. В., Беспалько В. А. – М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2013.
2. Семенов А. К. Основы менеджмента: учебник / Семенов А. К., Набоков В. И. – М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2008.
3. Максимцова М. М. Менеджмент: учебник / Максимцова М. М., Комарова М. А. Изд-во Юнити-Дана, 2012.

УДК 658.16(075.8)

А. В. Семенова

студент кафедры экономики и финансов

С. М. Молчанова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОЗДОРОВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, ИМЕЮЩЕГО КРИЗИСНОЕ ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ

В условиях рыночной экономики положение большинства предприятий нестабильно, при этом число предприятий с неустойчивым экономическим положением неуклонно растет. Тем более это касается предприятий, только начинающих свою деятельность на рынке. Продвигать свою торговую марку и занять свою определенную нишу непросто, так как на рынке уже функционирует значительное количество фирм-конкурентов. Постоянные изменения рыночной конъюнктуры, быстрое технологическое развитие предъявляют жесткие требования к рентабельности производства, повышению эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, совершенствованию методов управления организацией.

Кризис – это период нестабильности или такого состояния бизнеса, когда надвигаются серьезные перемены [7]. Кризисы могут появиться на любом этапе жизненного цикла организации. Кризис предприятия является незапланированным и нежелательным, ограниченным

по времени процессом, который в состоянии кардинально помешать или даже сделать невозможной работу предприятия.

Проявлением финансового кризиса являются недостаток денежных средств, увеличение просроченной кредиторской задолженности, снижение продаж, недовольство персонала и другие негативные факторы.

С целью преодоления кризисного состояния необходимо увеличить те затраты, которые могут сделать компанию прибыльной. Немаловажную роль занимает быстрый приток денежных средств в организацию, так как деятельность в подобранных стратегических направлениях не может финансироваться только за счет внутренней экономии. Появляется потребность в привлечении заемных средств со стороны, что само по себе затруднительно. По этой причине принципиально важно установить наиболее приемлемое соотношение всех мер воздействия, требуемых для того, чтобы компания в первую очередь смогла восстановиться, а уже потом приступить к новому более эффективному этапу в своей деятельности.

Таким образом, типичными для кризисной ситуации являются два варианта выхода из нее – или это завершение существования предприятия как экстремальная форма, или успешное преодоление кризиса после проведения кардинальных перемен. Исход кризиса обуславливается его характером, типом, уровнем проявления неблагоприятных циклических факторов, выбором методик антикризисного управления.

Недостаточность финансовых средств и имущества для погашения долговых обязательств может привести к наихудшему проявлению кризисного состояния предприятия – банкротству, которое означает фактическую несостоятельность предприятия.

Банкротство на сегодня представляет собой один из наиболее регламентированных законодательством методов для цивилизованного решения вопроса о ликвидации долгов для участника рынка, неспособного отвечать по своим обязательствам.

Под банкротством понимается признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и(или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Признаки банкротства:

1. Наличие задолженности денежного характера:
 - для юридических лиц не менее трехсот тысяч рублей;
 - для индивидуального предпринимателя не менее десяти тысяч рублей.
2. Неспособность удовлетворить требования кредиторов в течение трех месяцев.
3. Превышение суммы обязательств над стоимостью принадлежащего имущества [6].

Предпосылки банкротства следует рассматривать как взаимодействие целого комплекса причин, одни из которых являются внешними (объективными) по отношению к предприятию, и на них у предприятия нет возможности влиять, или это влияние может быть слабым. Другие причины носят внутренний характер (субъективные). Как правило, группа внутренних причин непосредственно зависит от организации работы на самом предприятии. Банкротство чаще всего является результатом совместного и одновременного воздействия всех причин.

Реализация мер финансового оздоровления возможна только при соответствующем управлении предприятием. Решению этой задачи подчинена система мер, именуемая антикризисным управлением.

Антикризисное финансовое управление предприятием представляет собой процесс, основным содержанием которого является подготовка, принятие и реализация управленческих решений по предупреждению финансовых кризисов, их преодолению и минимизации их негативных последствий. Особенностью этого управления в сравнении с другими функциональными видами управления предприятием является то, что в силу кризисных условий принятие управленческих решений часто осуществляется в обстановке снижения управляемости

предприятием, дефицита времени, высокой степени неопределенности, конфликтности интересов различных групп работников.

В условиях несостоятельности (банкротства) антикризисное управление следует рассматривать как исполнение арбитражным управляющим процедур банкротства – наблюдение, финансового оздоровления, внешнего управления, конкурсного производства [5]. Эффективность антикризисного управления в процедурах банкротства определяется степенью достижения целей процедуры в установленные законодательством сроки.

В широком смысле слова финансовое оздоровление предусматривает как досудебные меры по предупреждению несостоятельности (досудебная санация), так и меры, применяемые в процессе фактически утраченной платежеспособности после судебного объявления организации финансово несостоятельной.

Рассмотрим каждую из мер более подробно.

1. *Досудебная санация* («оздоровление») – мера, направленная на предупреждение несостоятельности должника. В рамках данной процедуры должнику предоставляется финансовая помощь в размере, достаточном для погашения денежных обязательств и обязательных платежей и восстановления платежеспособности должника [2].

Данный тип оздоровления финансов является делом менеджмента хозяйствующего субъекта, используя для этого специальный набор методов и инструментов реабилитации организации.

Отличительной чертой санации является то, что средства предоставляются санатором не кредиторам, а должнику, при этом у должника перед лицами, решившими поддержать его в кризисной ситуации, возникает ряд определенных, в большинстве своем финансовых, обязательств.

В зависимости от масштабов кризисного состояния предприятия, выявленных в процессе диагностики банкротства и условий предоставления ему внешней помощи, различают две формы санации:

- санация, направленная на рефинансирование долга предприятия (погашение долга предприятия за счет средств бюджета; погашение долга предприятия за счет целевого банковского кредита; перевод долга на другое юридическое лицо; реструктуризация краткосрочных кредитов в долгосрочные; отсрочка погашения облигаций; списание кредитором части долга и другие);

- санация, направленная на реорганизацию предприятия, т. е. влекущая за собой либо прекращение деятельности юридических лиц с переходом всех прав и обязанностей к одному или нескольким вновь возникшим юридическим лицам, либо возникновение новых юридических лиц с переходом к ним части прав и обязанностей от продолжающего существовать юридического лица (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование) [3].

Финансовое оздоровление – процедура, применяемая в деле о банкротстве к должнику в целях восстановления его платежеспособности и погашения задолженности в соответствии с графиком погашения задолженности [6].

Основное назначение данной процедуры сводится к созданию условий для восстановления финансовой устойчивости предприятия-должника за счет средств, представляемых его учредителями, акционерами, участниками, а также заинтересованными третьими лицами. Финансовое оздоровление вводится определением арбитражного суда на основании решения собрания кредиторов на срок не более 2 лет.

Финансовый кризис модифицирует поведение предприятия, его цели и способы их достижения. Алгоритм выбора методов финансового оздоровления представлен на рис. 1.

К методам первого этапа, обеспечивающим решение задачи максимизации денежных средств с целью покрытия их дефицита, относятся:

- совершенствование (или создание) платежного календаря;

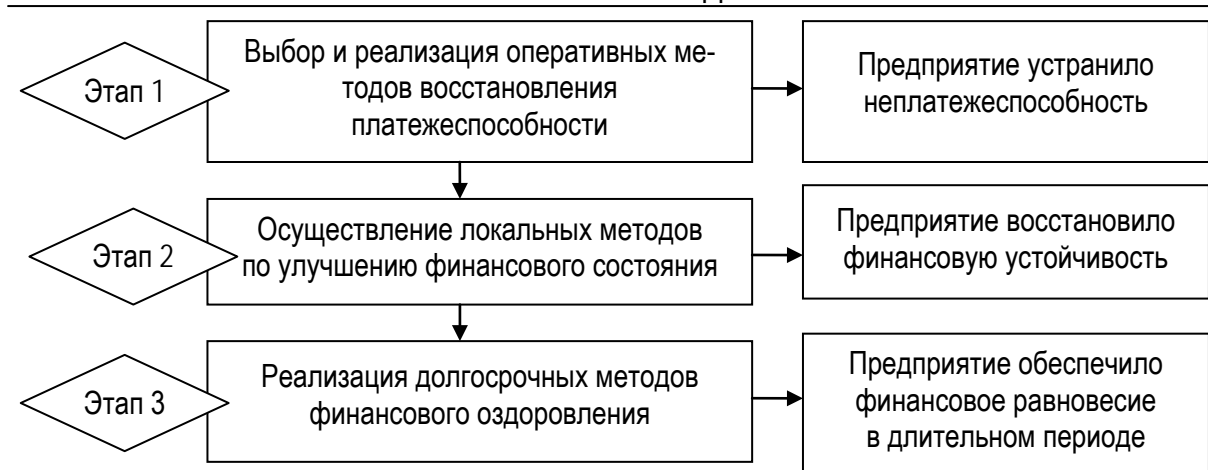


Рис. 1. Алгоритм выбора методов финансового оздоровления

- превращение низколиквидных активов в денежные средства или погашение с их помощью краткосрочных обязательств предприятия;
- реоформление краткосрочной задолженности в долгосрочную (кредит, реструктуризация задолженности, новация, вексель);
- другие меры (рациональная дивидендная политика, выпуск облигаций) [4].

Второй этап, ориентированный на рост прибыли, включает: снижение затрат и уменьшение текущей финансовой потребности, выкуп долговых обязательств с дисконтом, конвертацию долгов в уставный капитал, авансирование со стороны заказчиков [1].

Методы третьего этапа направлены на увеличение денежного потока от основной деятельности предприятия. К ним относят: маркетинг и инвестирование.

Для предотвращения банкротства и его предупреждения на ранних стадиях необходимо систематически проводить анализ финансового состояния организации, который позволяет предвидеть перспективы, своевременно корректировать бизнес-планы и принимать решения, влияющие на задачи развития. Способность предприятия управлять финансовым состоянием является необходимой предпосылкой для его антикризисной деятельности.

В большинстве случаев анализ финансового состояния предприятия осуществляется по следующим основным направлениям:

1. Горизонтальный и вертикальный анализ баланса предприятия;
2. Анализ ликвидности и платежеспособности;
3. Анализ финансовой устойчивости;
4. Анализ оборачиваемости и рентабельности.

После проведения расчета и оценки основных финансовых показателей целесообразно спрогнозировать вероятность банкротства предприятия.

На сегодняшний день существует целый ряд методик и математических моделей диагностики вероятности наступления банкротства предприятий. Наибольшее распространение среди зарубежных методик получили модели американского экономиста Эдварда Альтмана, модель У. Бивера, модель Р. Таффлера, модель Р. Лиса.

Стоит отметить, что зарубежные модели прогнозирования банкротства не в полной мере могут применяться для оценки деятельности отечественных компаний, поскольку не учитывают специфику финансовой отчетности российских организаций и отраслевые особенности сферы деятельности. К тому же, использованные в них коэффициенты-константы рассчитаны в соответствии с иными условиями кредитования предприятий, налогообложения и т. д.

Среди отечественных методик можно выделить модель О. П. Зайцевой, модель Р. С. Сайфулина и Г. Г. Кадыкова, модель Иркутской государственной экономической академии и другие.

В зависимости от причин, приведших к ухудшению финансового состояния, осуществляется выбор управленческих решений, направленных на оптимизацию финансового положения организации.

Таким образом, финансовое оздоровление предприятия является важнейшим видом деятельности при попадании и нахождении последнего в состоянии финансового кризиса. Данный метод управления является универсальным и может быть применен к предприятию, не обладающему очевидными проблемами. А для предприятия, балансирующего на грани банкротства, антикризисное управление является зачастую единственным средством «спасения» бизнеса.

Библиографический список

1. Гарина Е. П. и др. Антикризисное управление: учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. – 345 с.
2. Горелик О. М., Филиппова О. А. Финансовый анализ с использованием ЭВМ: учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2015. – 270 с.
3. Дворец Н. Н. Теория и практика финансового оздоровления предприятия: учеб.-методическое пособие. – М.: Изд-во МАРТИТ, 2010. – 101 с.
4. Исик Л. В. Банкротство и финансовое оздоровление: учебное пособие. – М.: Дело и Сервис, 2013. – 272 с.
5. Рудакова Т. А. Эффективность антикризисного управления в процедурах банкротства // Известия Алтайского государственного университета. – 2013. – № 2(78). – С. 270–275.
6. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 29.12.2014) "О несостоятельности (банкротстве)" // Справочно-правовая система "Консультант Плюс".
7. http://www.cfin.ru/management/crisis_diagn.shtml

УДК 658.8

И. В. Степанова

студент кафедры экономики и финансов

С. М. Молчанова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Управление продажами является одним из ключевых элементов в системе управления, так как позволяет принимать оптимальные решения, приводящие предприятие к финансовому успеху.

В мировой практике управление продажами прошло долгий путь становления и развития и на каждом этапе развития рыночной экономики происходило формирование форм, методов и процессов.

На сегодня торговля одна из актуальных и самых мощных бюджетобразующих сфер российской экономики. По последним данным, она составляет более 20% внутреннего валового продукта [1].

Управление продажами может осуществляться с использованием оптимизационного или директивного принципов. Первый из них основан на том, что комплекс воздействий на организацию в целом и каналы сбыта в частности направлен на достижение экстремально возможного значения выбранного показателя продаж в конкретных условиях. При этом наиболее рационально используются привлекаемые ресурсы и осуществляются организационные усилия. Директивный принцип управления отличается заранее устанавливаемой системой конкретных значений показателей, которых необходимо достигнуть. Типичный пример – априорное указание «увеличить объем продаж на 50 (100, 200...)». Реализация на практике директивного принципа управления приводит к тому, что требуемое значение показателя либо не достигается ни при каких условиях, либо оно выполняется. В одном случае впустую затрачиваются средства, силы и время, в другом – имеющийся потенциал обычно используется не полностью. Ситуация усугубляется, когда директивно определяется не один показатель,

а несколько. Для иллюстрации рассмотрим представленный на рис. 1 пример, когда в качестве показателя принят объем продаж, а управляемого фактора – размер рекламного бюджета.

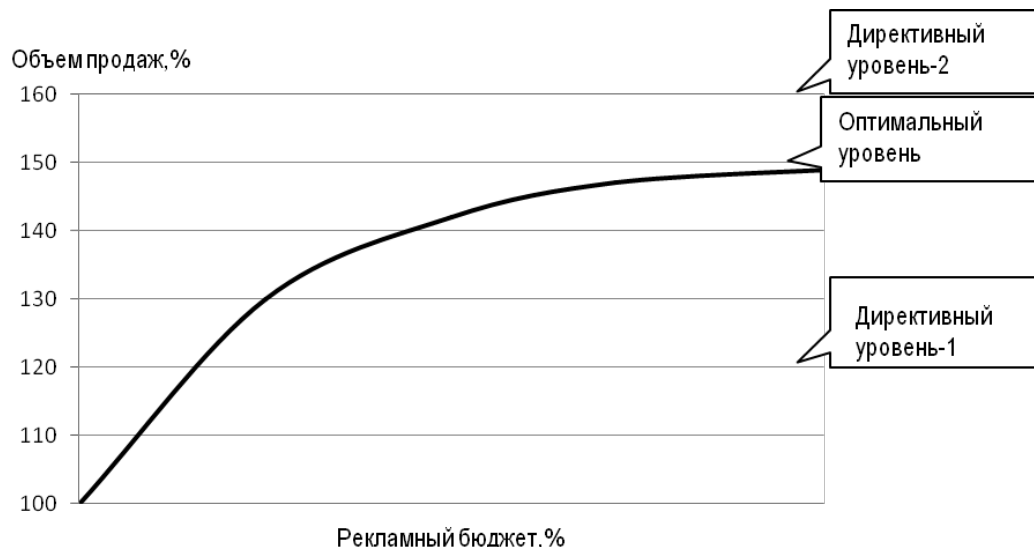


Рис. 1. Сравнение оптимизационного и директивного принципов управления

В результате решения оптимизационной задачи было установлено, что максимально возможное увеличение объема продаж составляет 150% от исходного уровня и достигается при повышении рекламного бюджета до 200%.

Очевидно тем самым, что согласно оптимизационному принципу управления, дальнейший рост затрат на рекламу не будет обеспечивать увеличения объема продаж и является излишним для рекламодателя. При директивном же принципе управления априорно установленный показатель объема продаж в 120% («директивный уровень-1» на рис. 1) достигается без проблем – однако он на 30% меньше максимально возможного значения. Такая ситуация эквивалентна упущенной выгоде. С другой стороны, директивный уровень в 160% не будет достигнут ни при каких размерах рекламного бюджета. Следовательно, средства на рекламу, превышающие в данном случае 200%, будут потрачены рекламодателем неэффективно [2].

Реализация оптимального управления основывается на действиях, обеспечивающих перевод торговой организации из текущего в оптимальное состояние. Для этого с помощью статистической модели необходимо определить оптимальное состояние, а также оценить способы и средства, обеспечивающие его достижение. Схема управления продажами включает прогноз состояний рыночной среды и требования к управляющим воздействиям. При достаточной сложности торговой организации как объекта управления прогноз и моделирование могут быть осуществлены лишь приближенно, поэтому необходим содержательный контроль работы схемы управления, следствием которого будут неформальные решения о корректировке вырабатываемых управляющих воздействий и прогнозов рыночной среды [3].

Анализ системы управления продажами предприятия помогает полнее выявить имеющиеся резервы роста, обеспечивать рациональное изменение структуры товарооборота и содействовать более полному удовлетворению потребностей покупателей, успешному развитию предприятий. Механизм управления продажами на предприятии должен, прежде всего, оказывать содействие росту сбыта, успешному выполнению стоящих перед ним задач. В настоящее время существует множество автоматизированных программ (CRM-систем) для управления продажами на предприятии.

Управление продажами и закупками требует систематизации, четкого организованного подхода и контроля, иначе легко потерять сделки, клиентов и, как следствие, прибыль, а CRM-

системы для бизнеса процесс обработки заказов построены таким образом, чтобы ни один заказ не остался без внимания.

Основной задачей каждого предприятия является формирование оптимальной общей стратегии продаж исходя из глобальных задач предприятия и стратегической ориентации, специфики самого предмета продвижения.

Самые эффективные направления стимулирования сбыта:

- реклама в интернете;
- наружная реклама на баннерах (наружная реклама чаще всего представляет собой рекламный щит. Принцип работы рекламных фирм, делающих главный упор на согласование места установки и аренду этой территории, заключается в размещении рекламных щитов, перетяжек и т. д. в местах большого количества людей, в том числе водителей. Такая реклама будет идеально просматриваться с обоих направлений улицы, на которую выходят окна магазина, акцентируя внимание водителей, а так же пешеходов, на продукцию);
- реклама в прессе (информация в специализированных рекламных журналах обладает высокой географической и демографической избирательностью аудитории);
- личные продажи;
- создание интернет-магазина (поддержка и регулярное обновление интернет-сайта);
- непосредственная работа в сети интернет, по рассылке почты, размещению информации на досках объявлений и получение информации о состоянии, ценах и продукции конкурентов;
- реклама через google adwords и yandex direct в поисковых системах;
- прочие виды рекламы.

Стоит отметить, что общая стоимость подобной рекламной кампании около 500 тыс. руб. Основные расходы предполагаются на размещение рекламы в печатных СМИ, как на одно из наиболее эффективных средств продвижения бренда. Именно с помощью рекламы компания сможет увеличить продажи, что позитивно сказывается на развитии фирмы, а с помощью CRM-системы, как механизма управления продажами продукции, анализ продаж, обработка заказов, управления продажами, закупками будут четко организованы для любого предприятия.

Библиографический список

1. Руденко И. В. Вестник Омского университета // «Экономика». 2012. № 4. С. 21–25.
2. www.ivdon.ru
3. www.topknowledge.ru

УДК 323.2

С. В. Суровцев

студент кафедры международных экономических отношений

В. Л. Хейфец

д-р ист. наук, доц. – научный руководитель

«КОКАИНОВАЯ РЕСПУБЛИКА»: НАРКОБИЗНЕС И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В КОЛУМБИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Колумбия – замечательная страна с непростой историей, роскошной природой и интересными людьми. Вот только всего этого для мировой общественности недостаточно, чтобы заслонить сложившийся за последние тридцать лет устойчивый образ Колумбии как едва ли не главного производителя и экспортера наркотиков. Постарались ради такой славы страны знаменитые колумбийские наркокартели [1]. Однако государство сильно пострадало в результате длившихся десятилетиями боевых действий с участием незаконных бандформиро-

ваний и конфликтующих наркокартелей, которые сопровождались систематическими нарушениями прав человека [2].

На современном этапе в Колумбии достаточно социальных, политических и других проблем, но главной нерешенной проблемой остается наркобизнес.

Сегодня Колумбия является страной лидером по производству кокаина. Многочисленные картели существовали в ней с 70-х годов XX в. Однако к началу XXI в. в Колумбии оставалось всего четыре действующих наркокартеля. Им удалось вытеснить своих конкурентов только благодаря своей жесткой организации. Эта организация представляла собой синтез коммерческой компании и сильно законспирированной подпольной структуры. Если верхушка картеля имела самую обычную структуру организации: руководители, заместители, помощники и прочие сотрудники – то есть те, кто занимался одним видом деятельности, то совсем другая структура была в низовых уровнях колумбийских картелей.

В нижних уровнях наблюдалось удивительное сочетание круговой поруки и ячеистого принципа образования организации. В каждую ячейку входят только родные или жители одного поселка, выполняющие одну определенную функцию: производство, перевозка, разведка и т. д. Ячейки никак не взаимосвязаны друг с другом. Связь с вышестоящим начальником имеет только бригадир ячейки. Присутствует принцип раздела труда и узкой специализации участников наркокартеля, а также обеспечение высокого уровня безопасности. В случае если в такую ячейку будет внедрен полицейский агент, то ему станет известно лишь о функционировании одной ячейки, а не всего наркокартеля. Принцип круговой поруки работает так, что за каждую допущенную ошибку одним участником отвечает вся ячейка. Работника заранее предупреждают, если один член приговаривается к казни – это означает смерть всей его семьи.

Особое внимание стоит уделить Медельинскому картелю. Пабло Эскобар, один из самых знаменитых и богатых наркобаронов, стоявший во главе Медельинского картеля во втором по размеру колумбийском городе – Медельине, в 30 лет стал долларовым миллиардером. Колумбийские работающие наркокартели, действительно, дают возможность заработать – но только тем, кто на самом вершине «пирамиды». Эскобар организовал наркокартель в середине семидесятых годов двадцатого века. Его картель после 1975 г. держал под контролем 80% мирового кокаинового трафика [3]. В девяностых годах его посадили в построенную им тюрьму, на деле оказавшуюся пятизвездочным отелем.

Картель специализировался на доставке небольших партий кокаина, но с возмещением всех убытков в случае конфискации товара. Эскобар сумел сразу же привить своему картелю состояние прагматизма в коммерции, которое доходило до крайней жестокости. Кроме того, что он был глубоко законспирирован, дисциплина и законы картеля были очень жестокими. За все время его существования были убиты тысячи людей: различных политиков, полицейских и простых граждан, мешающих деятельности наркоторговцев. Но есть и хорошая сторона Пабло Эскобара. Он был одним из тех людей, которые помогали бедному населению. Средства, полученные от наркоторговли, Эскобар вкладывал непосредственно в страну и старался решать социальные проблемы в Колумбии. Например, одним из главных достижений Эскобара является постройка дешевого метро для трудящихся в Медельине, которое существует и в наши дни. Также Эскобар в расцвете своего наркобизнеса построил множество домов и футбольных кортов для нищих.

Чрезмерная зависимость от лидера и строгая централизация привели к распаду Медельинского картеля в 1993 г. Его главарь Эскобар был убит лишь после того, как на него объявили охоту наркополицейские США и власти Колумбии. После его убийства выяснилось, что картель сразу же распался ввиду того, что его члены слепо повиновались приказам Эскобара и были неспособны на инициативу. Одним из интересных фактов остается тот, что на похороны Пабло Эскобара пришло более 20 тыс. колумбийцев [4].

Больше всех выделялся картель в городе Кали, который на непродолжительное время достиг силы Медельинского. Его возглавляли братья Гильберто Орехуэла и Мигель Родригес. В своей деятельности они акцентировали незаметность, стараясь, чтобы о картеле знало как

можно меньше людей. Картель оставил гораздо меньше крови, хоть и не брезговал убийствами. Братья старались вкладывать деньги в реальный законный бизнес [5]. Кроме того, они заручались поддержкой со стороны судей и политиков, а также манипулировали на местных референдумах.

На сегодняшний день в Колумбии не осталось наркогруппировок и наркокартелей, но это не означает, что поставка наркотиков прекратится. Проблема с наркотиками очень актуальна для Колумбии: правительство легализовало отдельные виды наркотиков, а также дозы, которые можно употреблять и носить с собой в кармане. 29 января 2013 г. министр юстиции Рут Стелла Корреа предложил наряду с марихуаной и кокаином легализовать синтетические наркотики – экстази и метамфетамин. Колумбийское правительство полагает, что с помощью этого законопроекта они смогут контролировать наркотрафик в стране. Однако они глубоко заблуждаются. Колумбия остается наркозависимой страной, потому что это выгодно Соединенным Штатам. Более того, она является одной из тех стран, через которую США ведет свою проамериканскую политику в Латинской Америке.

В докладе колумбийского Андского университета содержатся такие данные: производство и незаконный оборот кокаина в Колумбии приносит доход в 7,7 млрд долл., на США и страны Латинской Америки приходится 70% мирового потребления кокаина, на долю Европы – 22%. До 90% кокаина попадает в США из Мексики, которая является основной перевалочной базой кокаинового транзита. По данным составителей доклада, Колумбия ежегодно производит до 410 тонн кокаина и занимает второе место в мире после Перу. Также в докладе указывается то, что коку в Колумбии выращивают в 200 муниципалитетах на площади в 225 тыс. га, это примерно 20% от общей территории страны [7].

Помимо наркобизнеса одной из нерешенных политических проблем Колумбии является противостояние правительства и леворадикальных повстанческих группировок, так как они сотрудничают с наркокартелями. В 1948 г. в Колумбии начался вооруженный конфликт, причиной которого стало противостояние Либеральной и Консервативной партий Колумбии. Завершился он примирением и объединением партий либералов и консерваторов в общенациональный фронт и созданием коалиционного правительства. К власти пришел либерал Альберто Камарго. На стороне либералов воевали и коммунисты, но они не согласились на примирение и приняли решение продолжать войну. В 1964 г. были созданы две леворадикальные повстанческие организации: Армия национального освобождения, идеей которой было импортировать в Колумбию революционную модель «Острова Свободы», и Революционные вооруженные силы Колумбии, или на простом языке Армия народа, эта организация является партизанской, действующей на основе боливарианских идей [8].

В заключение можно сказать, что на современном этапе развития Колумбия сталкивается со следующими нерешенными проблемами:

- увеличение наркотрафика в США, Мексику и страны Западного мира;
- продолжающаяся гражданская война между колумбийским правительством и леворадикальными группировками и организациями;
- рост американской интервенции не только в Колумбию, но и во все страны Латинской Америки;
- наркобизнес, как факт существования Колумбии.

Библиографический список

1. <http://www.chuchotezvous.ru/celebrities/157.html>
2. http://www.bbc.com/russian/international/2010/01/100128_in_depth_columbia.shtml
3. <http://www.chuchotezvous.ru/celebrities/157.html>
4. <http://www.rg.ru/2013/12/02/escobar-site.html>
5. <http://www.chuchotezvous.ru/celebrities/157.html>
6. <http://m.ria.ru/antidrugs/20110430/369636441.html>
7. <http://m.ria.ru/antidrugs/20110430/369636441.html>
8. <http://www.unric.org/en/colombia/27013-the-guerrilla-groups-in-colomb>

УДК 006.013

Д. Д. Сушенцева

студент кафедры менеджмента

М. Л. Кричевский

д-р техн. наук, проф. – научный руководитель

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

В настоящее время в условиях динамично меняющейся внешней среды выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке определяются уровнем качества продукции и оказываемых услуг. Одним из способов управления качеством является внедрение системы менеджмента качества.

Система менеджмента качества (СМК) – совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для общего руководства качеством. СМК основана на восьми принципах менеджмента качества:

- ориентация на потребителя;
- лидерство руководителя;
- вовлечение персонала;
- процессный подход;
- системный подход к менеджменту;
- постоянное улучшение;
- принятие решений, основанных на фактах;
- взаимовыгодные отношения с поставщиками.

В последние годы все большее число российских компаний принимают стратегическое решение о создании, внедрении и последующей сертификации СМК в соответствии с международным стандартом ISO 9001:2008.

Причины, которые побуждают организации инициировать процесс разработки, внедрения и сертификации СМК, достаточно многообразны и для каждой организации индивидуальны.

В большинстве случаев потребность в сертифицированной СМК объясняется внешними причинами, такими как:

- необходимость получения лицензий и других разрешительных документов;
- получение возможности выхода на международные рынки сбыта;
- необходимость участия в тендерах на поставку продукции, госзаказов (выполнения работ, оказания услуг);
- наличие требований со стороны заказчиков, головных компаний;
- необходимость в привлечении инвестиций, кредитов и др.

Помимо внешних причин все чаще предпосылками для создания и внедрения СМК в организации является стремление ее руководства повысить конкурентоспособность и эффективность деятельности организации, в частности:

- максимально учитывать потребности рынка и удовлетворять требования каждого потребителя отдельно в целях максимизации доходов;
- повысить прозрачность и управляемость деятельности организации путем оптимизации организационной структуры и распределения ответственности и полномочий в системе управления за счет документирования, контроля, анализа и периодического пересмотра ключевых производственных и управленческих процессов, внедрения процессного подхода в повседневную работу организации;
- создать возможность для максимальной реализации потенциала сотрудников и вовлечения их в достижение целей организации;

– развивать организацию на основе непрерывного совершенствования качества выпускаемой продукции и деятельности в целом.

Конкурентные преимущества и выгоды от внедрения СМК, можно разделить на две группы. В первую входят выгоды и преимущества, проявляющиеся сразу после внедрения СМК:

– у руководителей всех уровней появляется инструмент оценки и анализа деятельности компании;

- выгоды при участии в тендерах;
- повышение инвестиционной привлекательности компании;
- возможность заключения долгосрочных отношений с потребителями и поставщиками;
- повышение имиджа компании;
- возможность выхода на мировой рынок;
- появление прозрачности работы организации [1].

Ко второй группе относятся выгоды, проявляющиеся со временем при результативности СМК:

– минимизация внутренних издержек, т. е. снижение цены на продукцию или увеличение прибыльности;

– сокращение нерационально используемого времени, что приводит к повышению эффективности работы организации;

– уменьшение времени на обучение и адаптацию новых сотрудников;

– повышение мотивации персонала за счет прозрачности и четкости выполнения функциональных обязанностей;

– устранение кажущихся неразрешимыми проблем;

– повышение конкурентоспособности продукции за счет получения фактических данных для анализа.

Однако нужно понимать, что стандарт ISO 9001:2008 не волшебная палочка и не лекарство от всех болезней организации. К тому же, только правильная и неформальная реализация его требований принесет конкретную пользу предприятию: в противном случае может получиться обратный эффект.

Рассмотрим возможные причины неуспеха внедрения СМК, которые необходимо иметь в виду и уметь идентифицировать.

1. Отстраненность высшего руководства. Непонимание высшим руководством многих организаций своей ведущей роли и обязанностей при создании, функционировании и постоянном улучшении результативности СМК.

2. Не все требования стандарта и не полностью реализуются. Стандарт содержит «фундаментальные» (структурообразующие) и «элементарные» требования к СМК.

3. Некомпетентность в интерпретации требований стандарта. Стандарт представляет собой «скелет», который устанавливает требования на уровне реализации в организации. Поэтому любая организация, прежде чем разработать СМК, должна интерпретировать стандарт применительно к своей специфике.

4. Непонимание персоналом организации сути СМК. Не зная сути СМК и всех его преимуществ, персонал ассоциирует это с возможным увеличением рабочей нагрузки, «бумажной волокиты». Как правило, это приводит к высокому уровню сопротивления среди сотрудников.

5. Фиктивное «внедрение» СМК. Желание руководства организаций в кратчайшие сроки и любым способом получить сертификат приводит к использованию весьма разнообразного набора средств: покупка готового сертификата, оформление фиктивного внедрения, покупка готового пакета документов с частичной адаптацией его к деятельности организации.

6. Недостаточный объем ресурсов на внедрение.

Стоит учитывать, что внедрение СМК – достаточно затратная процедура. Объем необходимых денежных средств зависит от размера предприятия, сроков внедрения, количества задействованного персонала [2].

Существует несколько методических подходов к оценке результативности и эффективности СМК.

1. Оценка результативности СМК на основе выгод от ее внедрения и функционирования. Как правило, в данном подходе опираются на мотивы внедрения СМК и те преимущества, которые даст предприятию ее реализация. Распространенным подходом к оценке эффективности СМК является сравнение запланированных и достигнутых результатов.

2. Определение экономической эффективности СМК на основе установления причинно-следственной связи (функциональной или корреляционной) между внедрением СМК и экономическими показателями деятельности компаний.

В рамках этого подхода выделяют несколько методов:

– определение экономической эффективности СМК на основе соотношения результатов и затрат;

– определение результативности СМК на основе анализа динамики экономических показателей в зависимости от влияния СМК на деятельность предприятия;

– определение влияния СМК на финансовое положение предприятия.

3. Оценка эффективности и результативности СМК на основе сбалансированной системы показателей (ССП).

Использование ССП дает возможность оценить эффективность СМК для разных заинтересованных сторон.

Следует отметить, что эффект СМК является синергетическим: всегда больше, чем алгебраическая сумма эффектов входящих в нее процессов.

Внедрение СМК – трудоемкий, ресурсозатратный процесс, требующий от всех сотрудников организации предельной концентрации и участия. Но конкурентные преимущества и выгоды, получаемые организацией в результате внедрения, неоспоримы.

Библиографический список

1. Сажин П. Б., Козлова И. В. Система менеджмента качества: преимущества внедрения и проблемы функционирования / Научное сообщение/ Евразийский международный научно-аналитический журнал. 2009.– № 1 (29). С. 133–136.
2. Егорова Л. Причины неэффективности систем менеджмента качества // Стандарты и качество. 2006. № 12. С. 32–35.

УДК 336.76

В. Е. Харламова

студент кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИИ В РФ

Благоприятным инвестиционный климат Российской Федерации назвать затруднительно. Россия поднялась на две строчки в международном рейтинге Всемирного банка «Ведение бизнеса 2015» (Doing Business-2015) и заняла 62 позицию. Лидируют в мировом рейтинге Сингапур, Новая Зеландия, Гонконг, Дания, Южная Корея, Норвегия, США, Великобритания, Финляндия и Австралия. Рейтинг оценивает условия ведения бизнеса в 189 странах мира.

Всемирный банк отметил, что с 2013 г. в России упростили процедуру регистрации предприятий, в частности, отменили предварительную оплату уставного капитала компании. В 2014 г. Всемирный банк внес в свой рейтинг данные об условиях ведения бизнеса в России не только по Москве, но и в Санкт-Петербурге.

При составлении рейтинга учитываются условия открытия бизнеса, получения разрешений на строительство, доступ к кредитам, защиты прав инвесторов, уплаты налогов, соблюдение контрактов и урегулирование банкротств.

По простоте регистрации Россия занимает 34 место, выигрывая, например, у Германии (114 место), по уровню защиты инвесторов – 100 место (а это ведь и есть один из самых главных параметров для улучшения инвестиционного климата в РФ). И если зарегистрировать предприятие не так элементарно, то вот ликвидировать уже проще – по этому показателю Россия разместилась на 64 месте. Также стоит отметить, что рынок кредитования у нас еще далек до идеала, здесь Россия занимает лишь 61 место (табл. 1).

Несмотря на те улучшения, которые пытаются провести правительство в данной сфере, Торговое представительство США (USTR) считает, что инвестиционный климат России в 2014 г. неблагоприятен. Препятствием для позитивных изменений все также остается запутанное законодательство в области инвестирования, высокий уровень коррупции, с которым у нас пытаются бороться, и низкий уровень доверия к судебной системе. Несмотря на все это, объем американских инвестиций в страну возрастает [1].

Если анализировать состояние фондовой биржи в России, то нельзя сейчас заметить каких-то позитивных сдвигов. Вдобавок ко всему стоимость нефти марки Brent не внушает оптимизма, падение котировок приводит к уменьшению капитализации отечественной биржи, которая полностью зависит от стоимости нефти. Сейчас цены на нефть варьируются от 50 до 70 долл. за баррель. Министр энергетики РФ Александр Новак также заявил журналистам в Сочи, что в 2015 г. цена нефти стабилизируется и поднимется до уровня 90–95 долл. за баррель. Он также добавил, что российские предприятия не планируют снижать объем добычи нефти [2]. Заметим, что российский бюджет строится на основании котировок на нефть, и со снижением ее стоимости прибыль государства будет уменьшаться, что может привести либо к увеличению налогов, либо к уменьшению бюджета на социальные нужды.

Одна из главных причин низкой активности иностранных инвесторов – неблагоприятная для иностранных инвесторов политика государства, отсутствие для них режима наибольшего благоприятствования, который создан во многих развивающихся странах и дает высокий эффект. Иностранных инвесторов отпугивает непоследовательность экономической политики государства.

Чрезвычайная зарегулированность государством экономических отношений также является важным препятствием на пути иностранных инвестиций. Это заключается не столько в количестве регулирующих актов (в некоторых западных странах их не меньше), а в возможностях чиновника принимать субъективные решения (поскольку многие законы и акты – не прямого действия) и нерешенности вопросов собственности (прежде всего на недвижимость). Это приводит, во-первых, к неопределенности – что можно делать и на что можно рассчитывать, а что нельзя; во-вторых – необходимости большого количества согласований и разрешений. Кроме того, еще не образовался «конвейер» по решению в государственных органах многих стандартных вопросов, в результате чего это требует дополнительных усилий и времени [3].

Некоторые регионы предоставляют налоговые льготы иностранным компаниям. Однако эти льготы обычно обставлены такими условиями, которые ставят инвестора в зависимость от субъективных действий чиновников и выполнение которых требует значительных усилий и расходов. Размер «привилегий» напрямую зависит от объемов инвестиций. Общее правило таково – чем значительнее сумма вложений, тем большими льготами пользуется инвестор [4]. В Московской области для получения хоть каких-то налоговых послаблений объем инвестиций должен превышать 1 млн. долл. [5].

Таблица 1

Рейтинг экономик

Страна	Рейтинг легкость ведения бизнеса	Регистрация предприятий	Получение разрешений на строи- тельство	Присо- единение к электри- ческим сетям	Регистрация собствен- ности	Получе- ние кредитов	Защита мино- ритарных инвесторов	Налого- обложе- ние	Между- народная торговля	Обеспе- чение испол- нения контрактов	Разрешение неплатеже- способности
Сингапур	1	6	2	11	24	17	3	5	1	1	19
Новая Зеландия	2	1	13	48	2	1	1	22	27	9	28
Гонконг, Китай	3	8	1	13	96	23	2	4	2	6	25
Дания	4	25	5	14	8	23	17	12	7	34	9
Республика Корея	5	17	12	1	79	36	21	25	3	4	5
Соединен- ные Штаты Америки	7	46	41	61	29	2	25	47	16	41	4
Финляндия	9	27	33	33	38	36	76	21	14	17	1
Германия	14	114	8	3	89	23	51	68	18	13	3
Канада	16	2	118	150	55	7	7	9	23	65	6
Япония	29	83	83	28	73	71	35	122	20	26	2
Франция	31	28	86	60	126	71	17	95	10	10	22
Испания	33	74	105	74	66	52	30	76	30	69	23
Венгрия	54	57	103	162	52	17	110	88	72	20	64
Турция	55	79	136	34	54	89	13	56	90	38	109
Италия	56	46	116	102	41	89	21	141	37	147	29
Беларусь	57	40	51	148	3	104	94	60	145	7	68
Греция	61	52	88	80	116	71	62	59	48	155	52
Российская Федерация	62	34	156	143	12	61	100	49	155	14	65

Еще одна сложность масштабных инвестиций в модернизацию производства заключается в том, что иностранной компании приходится работать с предприятиями, которые зачастую не имеют нормального финансового обслуживания, не располагают квалифицированными (для работы в рыночных условиях) менеджерами, не проводят маркетинга и не имеют современных сбытовых структур. Все это иностранная фирма (помимо инвестиций в модернизацию производства) должна создавать самостоятельно. Поэтому часто выгоднее купить предприятие аналогичного профиля в одной из западных стран или построить новое предприятие в развивающейся стране, где иностранному инвестору предоставляются разнообразные льготы.

Компании, внедряющиеся на зарубежный рынок, осуществляют крупные инвестиции обычно лишь после успешной реализации небольших пробных проектов. В России, выполняя такие проекты, иностранные компании постоянно сталкиваются с непредсказуемыми изменениями ситуации (изменение законодательства и регулирующих актов, нарушение договоров, зависимость от субъективных решений местной администрации). Поэтому даже успешное выполнение конкретного проекта не создает впечатления того, что успех будет сопутствовать компании и в других проектах. В результате иностранная фирма часто не рискует наращивать инвестиции в России.

Как уже отмечалось ранее, основная проблема, резко ограничивающая заинтересованность иностранных инвесторов – это нестабильная политическая ситуация, не позволяющая рассчитывать на полный возврат вложенных средств в будущем. Политический риск в России в настоящее время может быть оценен как весьма серьезный и трудно поддающийся прогнозированию.

Неопределенная социально-политическая ситуация повышает степень вероятности возникновения форс-мажорных обстоятельств, которые возникают в результате событий, неконтролируемых участвующими в проекте сторонами, что является немаловажным фактором отрицательно влияющим на принятие инвестором решения об инвестировании средств. К таким событиям относятся забастовки рабочих, экспроприация собственности, социальные и политические волнения, а также стихийные бедствия, военные действия, катастрофы и т. д. Форс-мажорные обстоятельства влияют на такие ключевые виды услуг, как поставка и транспортировка сырья и готовой продукции. Единственным способом защиты от возникновения подобного рода рисков является страхование каждого конкретного риска частными или государственными страховыми компаниями [6].

Еще одним специфическим для России видом риска является риск превышения сметной стоимости проекта, который заключается в возможности превышения реальных затрат над первоначально запланированными. Этот случай вызывает существенные трудности в проектном кредитовании, поскольку в нем ожидаемые поступления, которые должны покрыть операционные расходы и использоваться для погашения кредита, зависят от предполагаемой стоимости проекта. Превышение расходов создает большие сложности для кредиторов, поскольку приходится авансировать дополнительные средства. Одной из причин превышения сметной стоимости являются задержки, которые приводят к тому, что в течение определенного срока одновременно происходит начисление процентов по кредиту и отсрочка начала производственной деятельности проекта.

Риск превышения сметной стоимости преодолевается (либо минимизируется) различными путями среди которых: привлечение дополнительного инвестора; привлечение дополнительных кредитов; фиксирование цен в контрактах; получение дополнительной гарантии, продлевающей срок кредита; поручительские счета инвесторов и пр. [6].

Перечисленные выше отступления от практики являются чрезвычайно серьезными и делают результаты анализа и модель движения средств неработающими на практике в полную силу, давая лишь чисто иллюзорное представление о возможности осуществления проекта. В связи с этим иностранные инвесторы редко идут на осуществление проекта в чистом виде, так как окупаемость проекта начинается через несколько лет после осуществления самого проекта и начала реализации продукции, производимой в соответствии с ним. Чаще всего используется

некий смешанный вариант, при котором начало осуществления проекта и первые поступления практически совпадают, т. е. проект начинает окупаться за счет продаж уже существующей продукции, на которую выделены квоты.

Тем не менее, потенциально Россия могла бы стать одной из самых привлекательных стран для вложения инвестиций благодаря богатым запасам природных ресурсов, достаточно высоким (по сравнению со многими развивающимися странами) уровнем образования населения, емкому рынку.

Библиографический список

1. <http://russian.rt.com/article/61840>
2. <http://russian.doingbusiness.org/rankings> Рейтинг экономик
3. Решаев П. Л. Оценка роли прямых иностранных инвестиций в экономике России // Экономика и финансы. 2012. № 24.
4. Пауль Фишер. Прямые иностранные инвестиции: стратегия возрождения промышленности. – М.: Инфра-М, 2014.
5. Вахрин П. И. Инвестиции. – М.: Инфра-М, 2012.
6. Бурлачков В. К. и др. Внешнеэкономическая деятельность в глобальной экономике. Изд. дом "АТИСО". – 2013. 639 с.

УДК 658.16

В. Е. Харламова

студент кафедры экономики и финансов

В. М. Власова

д-р экон. наук, проф. – научный руководитель

ФИНАНСОВОЕ ОЗДОРОВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

В настоящее время многие российские организации, осуществляя хозяйственную деятельность, оказываются в сложном финансовом положении, преодоление которого требует не только мобилизации всех внутренних ресурсов предприятия, но и поиска внешних источников финансирования [5].

Основными задачами мероприятий финансового оздоровления предприятия являются: устранение неплатежеспособности, восстановление финансовой устойчивости, обеспечение финансового равновесия в длительном периоде.

Анализ деятельности предприятий, находящихся в кризисном состоянии, показал, что они сталкиваются с тремя основными проблемами:

- дефицитом денежных средств и низкой платежеспособностью, что приводит к невозможности своевременно выполнять свои платежные обязательства;
- недостаточным удовлетворением интересов собственников, что проявляется в снижении рентабельности собственного капитала предприятия;
- снижением финансовой независимости предприятия.

Чтобы выйти из кризисного состояния, предприятию нужно реализовывать мероприятия финансового оздоровления. Выбор данных мероприятий зависит от его возможностей по реструктуризации имущественного положения, увеличению уставного капитала, осуществлению технического перевооружения или модернизации производства, ликвидации задолженности по заработной плате и другие.

Устранить неплатежеспособность можно при помощи продажи краткосрочных финансовых вложений, избыточных производственных запасов сырья, запасов готовой продукции и сокращения дебиторской задолженности, инвестиций, нерентабельных производств и объектов непромышленной сферы. Восстановление финансовой устойчивости предприятия заключается в максимально быстром снижении неэффективных расходов. Оно осуществляется в результа-

те: остановки нерентабельных производств; совершенствования организации труда и оптимизации численности занятых на предприятии; экономии фонда заработной платы; уменьшения текущей потребности в оборотном капитале; выкупа долговых обязательств с дисконтом; конвертации долгов в уставной капитал; реализации форвардных контрактов на поставку продукции.

Достижение финансового равновесия предприятия в длительном периоде возможно только при сбалансированности денежного потока от всех видов его деятельности. Основными мероприятиями, обеспечивающими решение данной задачи, являются: повышение конкурентных преимуществ продукции (услуг); увеличение денежной составляющей активов и их оборачиваемости в расчетах; осуществление эффективной инвестиционной политики.

Основные виды внутренних механизмов финансового оздоровления предприятия – стратегические, тактические и оперативные. Важнейшим внешним механизмом является санация. Проводится она по инициативе предприятия до возбуждения кредиторами дела о банкротстве, когда предприятие для выхода из кризисного состояния использует внешнюю помощь. Масштабы кризисного состояния определяют направления осуществления санации, наиболее применимыми являются следующие: санация, направленная на реструктуризацию; санация, направленная на рефинансирование долга (табл. 1).

Таблица 1

Характеристики основных механизмов финансового оздоровления предприятия

Характеристики механизмов финансового оздоровления	Внутренние механизмы финансового оздоровления			Внешние механизмы финансового оздоровления
	стратегические	тактические	оперативные	
1. Цели механизмов	Обеспечение финансового равновесия в длительном периоде	Восстановление финансовой устойчивости предприятия	Устранение неплатежеспособности предприятия	Реструктуризация предприятия или рефинансирование его долга
2. Экономические основы механизмов	Устойчивый экономический рост	«Сжатие» деятельности предприятия	«Отсечение всего лишнего» от предприятия	Сокращение или диверсификация операционной и инвестиционной деятельности
3. Финансовое состояние предприятий, для оздоровления которых должны применяться механизмы	– Предкризисное; – начальное кризисное; – кризисное	– Начальное кризисное; – кризисное; – глубокое кризисное	– Кризисное; – глубокое кризисное	– Кризисное; – глубокое кризисное
4. Продолжительность реализации основных мероприятий	– Долгосрочные; – среднесрочные	– Среднесрочные; – краткосрочные	– Краткосрочные	– Среднесрочные; – краткосрочные
5. Разработанность методологических основ реализации механизмов	Низкая	Средняя	Высокая	Средняя
6. Сложность реализации механизмов	Высокая	Средняя	Низкая	Средняя
7. Эффективность мероприятий для обеспечения дальнейшего устойчивого развития предприятия	Высокая	Средняя	Низкая	Средняя

Основным критерием выбора механизма финансового оздоровления является соответствие его целей и мероприятий задачам и возможностям конкретного предприятия. Правильный выбор данного механизма предопределяет эффективность вывода предприятия из кризиса. Анализ деятельности многих кризисных предприятий показал, что они решают в основном текущие задачи антикризисного управления, используя краткосрочные мероприятия, нацеленные на «сжатие» производства. При этом мероприятия перспективного экономического развития предприятия, как правило, даже не рассматриваются, а стратегические механизмы финансового оздоровления используются в период кризиса относительно редко. Это вызвано как объективными, так и субъективными причинами: неблагоприятными макроэкономическими условиями деятельности предприятий в условиях кризиса; резким сужением внутренних возможностей выхода из финансового кризиса, связанным с недостаточностью инвестиций на реализацию долгосрочных мероприятий и другие [3].

Внутренние стратегические механизмы финансового оздоровления предприятия реализуются чаще всего с помощью инвестиционных программ. Они направлены на привлечение инвестиций и разработку наиболее эффективных путей движения инвестиционных потоков кризисного предприятия.

При формировании инвестиционной программы финансового оздоровления и развития кризисного предприятия его потребность в инвестиционных ресурсах может быть определена как разность между инвестиционным потенциалом данного предприятия и его инвестиционными ресурсами. Если потребность больше инвестиционных ресурсов и меньше инвестиционного потенциала кризисного предприятия, то инвестиционную программу финансового оздоровления и развития предприятия целесообразно реализовывать [4].

Инвестиционная программа финансового оздоровления и развития кризисного предприятия имеет определенные особенности. Ее главная задача – привлечение финансовых ресурсов под разрабатываемые инвестиционные проекты, реализация которых будет способствовать выходу предприятия из финансового кризиса. Инвестиционная активность кризисного предприятия зависит от объема средств, которые оно может привлечь. Важную роль в процессе разработки инвестиционной программы финансового оздоровления и развития кризисного предприятия занимает анализ будущих денежных потоков, возникающих в результате осуществления капитальных вложений. Его цель – определение объема денежных средств по основным направлениям их использования и источникам поступления.

При формировании инвестиционной программы финансового оздоровления и развития предприятия необходимо оценивать денежные потоки по временным периодам, то есть разработать график реализации программы по срокам и объемам работ с разбивкой по месяцам, кварталам и годам. Также требуется провести анализ риска ожидаемых денежных потоков [4].

Прогнозируемый денежный поток инвестиционной программы финансового оздоровления и развития кризисного предприятия может быть определен как сумма объемов денежной наличности, полученных в результате проведения операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия.

Несмотря на большое число методик анализа эффективности инвестиций, проблема оценки инвестиционной программы финансового оздоровления и развития предприятия до настоящего времени не решена. Для проведения анализа ее эффективности необходимо, с нашей точки зрения, осуществить следующие основные этапы оценки (табл. 2).

Таблица 2

Схема комплексной оценки инвестиционной программы финансового оздоровления и развития предприятия

Основные этапы оценки	Источники информации и решаемые задачи
1. Анализ финансового состояния предприятия	1.1. Анализ финансовых результатов 1.2. Анализ отчета о движении денежных средств 1.3. Анализ балансового отчета

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Основные этапы оценки	Источники информации и решаемые задачи
2. Анализ основных экономических показателей инвестиционной программы	2.1. Прогноз доходов 2.2. Прогноз расходов 2.3. Расчет капитальных затрат 2.4. Формирование плана амортизации 2.5. Разработка плана выплаты долгов 2.6. Определение потребности в оборотных средствах 2.7. Расчет оборотного капитала 2.8. Определение накладных расходов 2.9. Прогноз налогов, отчислений
3. Комплексная оценка эффективности инвестиционной программы	3.1. Расчет финансовых итогов программы 3.2. Определение коэффициентов финансового анализа 3.3. Анализ приведенной стоимости программы 3.4. Расчет внутренней нормы рентабельности 3.5. Анализ срока окупаемости программы 3.6. Анализ безубыточности 3.7. Анализ и схема погашения кредиторской задолженности 3.8. Анализ бюджетной эффективности 3.9. Анализ структуры доходов и расходов
4. Анализ рисков	4.1. Анализ чувствительности программы к рискам 4.2. Анализ сценариев реализации программы 4.3. Генерирование новых сценариев

Каждый этап включает алгоритмы расчета соответствующих показателей, которые в совокупности обеспечивают комплексную оценку любой программы финансового оздоровления и развития кризисного предприятия. С помощью указанной оценки можно определять различные сценарии развития данного предприятия и своевременно вносить соответствующие коррективы в управление им. Это способствует значительному снижению рисков использования инвестиционного механизма финансового оздоровления и развития предприятия. Она превращает данный механизм в действенный инструмент вывода предприятия из финансового кризиса и обеспечения его дальнейшего развития.

Библиографический список

1. Министерство финансов Российской Федерации <http://minfin.ru>
2. Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/40555.html>
3. Батьковский М. А., Балычев С. Ю., Булава И. В. Экономико-математический инструментарий финансового оздоровления российских предприятий в условиях глобализации и мирового финансового кризиса. – М.: МЭСИ, 2011. – 420 с.
4. Тренев Н. Н. Стратегическое управление: учеб. пособие. М., 2014
5. Распоряжение правительства РФ от 27.01.2015 № 98-р «Об утверждении плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015».

УДК 620.91

А. И. Шакирова

студентка кафедры экономики и финансов

Л. С. Воробьева

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГИИ В РОССИИ

С середины XX в. остро стоит вопрос сохранения экологии, использования возобновляемых ресурсов и развития новых отраслей для решения данных проблем. Изобретение солнечных

батарей стало для человечества возможностью получать электроэнергию без ущерба для окружающей среды.

Для России особо важен вопрос электроэнергетики, так как большинство крупнейших по уставной мощности электростанций были построены 30–40 лет назад и их оборудование, в основном, нуждается в ремонте. Соответственно, требуются существенные затраты на поддержание работоспособности станций, минимизации ущерба, наносимого природе. Авария на Саяно-Шушинской ГЭС в 2009 г. служит трагическим примером того, что может произойти, если вовремя не провести техническое перевооружение и реконструкцию станции.

В этих условиях у России есть несколько путей дальнейшего использования электроэнергетики, которые представлены на рис. 1.



Рис. 1. Пути развития электроэнергетики

Первый – продолжать политику вкладывания средств в поддержание работоспособности имеющихся ГЭС.

Второй – строительство малых ГЭС до 30 МВт по передовым технологиям мирового уровня. К малым ГЭС относится широкий спектр гидроэнергетических объектов разного типа с установленной мощностью менее 30 МВт, в том числе мини-ГЭС с установленной мощностью менее 5 МВт и совсем небольшие микро-ГЭС мощностью до 1 МВт [1].

В соответствии с гидроресурсами России эффективнее использовать малую гидроэнергетику, так как малые реки преобладают в гидрографической сетке как по числу, и так и по общей длине: из 3 млн рек 2,9 млн – малые реки, а 94% длины речной сети России – малые водотоки.

При этом имеются преимущества малых ГЭС по сравнению с крупными:

- высокий КПД гидротурбин и энергетического оборудования;
- простота в управлении малой ГЭС и полная автоматизация;
- исключительно длительный срок работы малых ГЭС – не менее 50 лет;
- отличное соотношение инвестиций по критерию «цена – качество – эффективность»;
- строительство малых ГЭС низкозатратно и быстро окупается;
- отсутствие многих недостатков, характерных для больших ГЭС: строительство сложных и дорогостоящих гидросооружений, нарушение экологии вследствие затопления и т. п.;
- использование дешевой и доступной энергии рек, особенно малых, позволяет вырабатывать очень дешевую электроэнергию [2].

Следует заметить, что строительство новых объектов требует больших капиталовложений. А использование зарубежных ресурсов приводит к оттоку капитала за границу.

И есть третий путь развития – использование альтернативной энергии. Необходимо отметить, что принцип работы солнечных батарей заключается в том, что они работают не от солнечных лучей, а от солнечного света. Электромагнитное излучение достигает земли в любое время года. Только в пасмурную погоду энергии вырабатывается меньше. Даже если на солнечную панель попадает снег, она все равно продолжает преобразовывать солнечную энергию.

Альтернативная энергия во всем мире развивается стремительными темпами, только Россия достаточно сильно отстает от большинства Европейских стран в этом вопросе. Если в Германии, Норвегии, Швеции солнечные батареи можно встретить практически на каж-

дом жилом доме, то в России их используют единицы. Но, несмотря на это, в нашей стране существует несколько достаточно крупных заводов, которые производят панели, работающие благодаря энергии солнца. Это заводы в Зеленограде, Рязани, Новочебоксарске и Краснодаре [3].

При этом программы по защите окружающей среды, телепередачи и иные медийные ресурсы давно подготовили население к возможной экологической катастрофе, и указали на важность каждого человека в поддержании жизненного баланса Земли.

В этих условиях имеется категория людей, желающих помочь Планете. Однако относительная дороговизна солнечных панелей (в среднем цена на одну батарею колеблется от 5500 до 18 000 руб. в зависимости от площади панели и ее мощности, дополнительно требуется контролер заряда – 25 000 руб., что составит около 75 000 руб. на установку минимум четырех панелей). Это не позволяет каждому желающему использовать альтернативную энергию и, таким образом, внедрить ее в широкое использование [4].

Наладить контакт между производителями и потенциальными потребителями может государство, в лице Министерства энергетики Российской Федерации, используя систему лизинга, и выступая в роли лизингодателя. На рис. 2 изображено государство, которое выступает в роли посредника между населением и промышленным сектором, имеющее возможность выбирать поставщиков продукции, что позволит не впускать на рынок иностранных производителей.

В среднем одна квартира потребляет в месяц 392,7 кВт/ч электроэнергии (при работающих чайнике, холодильнике, компьютере и др. необходимых электроприборах) [5]. Для обеспечения такого количества электричества потребуется 8 панелей мощностью 230 Вт (в Санкт-Петербурге). Солнечные панели на крышах каждого дома сократят выработку электроэнергии в ГЭС, а небольшим домам обеспечат полную автономию. При меньшей нагрузке ГЭС уменьшится ее негативное влияние на окружающую среду, а также будут дольше эффективно и безопасно использоваться гидротурбины.



Рис. 2. Лизинговая система

Если выработка электроэнергии солнечными батареями будет больше, чем потребляемая, появится возможность продавать электричество в сеть, как это делают в Германии, например, что еще больше сократит нагрузки на ГЭС. А также, учитывая срок полезного использования панелей (40–50 лет), солнечную энергию можно рассматривать как способ альтернативного заработка для населения.

При достаточном спросе на батареи данную схему можно рассматривать как инвестиции в промышленность, так как спрос поведет за собой увеличение предложения, а значит развитие промышленного сектора.

Схему лизинговых операций можно применять и по отношению к транспортным компаниям. Для лучшего понимания данного вопроса следует уточнить, почему среди маршрутных транспортных средств преобладают автобусы, а не троллейбусы или трамваи? Во-первых, для запуска нового маршрута для троллейбусов или трамваев требуются большие затраты, связанные с протяжением электролиний, прокладкой трамвайных путей. Во-вторых, из-за своей «привязан-

ности» к линиям электропередач троллейбусы (трамваи) частично или полностью не могут проехать при ремонтных работах, пробках и т. п. Но, если установить батареи на данные виды транспорта (как на электромобиле), то, в случае с троллейбусом, образуется транспортное средство с возможностями автобуса, но использующее бесплатное топливо – солнечную энергию, что является более выгодным для организаций, осуществляющих транспортные перевозки.

Что касается топлива, исходя из данных Роснедра, остаточные запасы нефти с учетом их простого воспроизводства обеспечат текущий уровень добычи в течение 30 лет [6]. А это означает, что через 10–15 лет добыча нефти потребует больших энерго-, трудо- и финансовых затрат, что приведет к увеличению цены как на нефть, так и на производные из нее, и заставит автолюбителей отдать предпочтение более экономным видам транспорта.

В таких условиях при успешном развитии национальных производителей солнечных батарей (то есть внедрение в массы использования солнечной энергии уже сейчас) появится возможность сотрудничества отечественных автомобильных заводов с производителями солнечных батарей, а, следовательно, одновременно с иностранными производителями внедрить на рынок электромобили. И уже не осуществлять погоню за иностранными автодиллерами, а конкурировать с ними на равных.

Таким образом, продвижение солнечных батарей: во-первых, является инвестированием в промышленный сектор; во-вторых, дает новые возможности использования уже имеющихся маршрутных транспортных средств в новом русле; в-третьих, в долгосрочной перспективе поможет решить проблему с замещением нефтепродуктов, а также одновременно с иностранными автопроизводителями ввести на рынок отечественные современные автомашины.

Библиографический список

1. <http://www.rushydro.ru/industry/res/tidal/>
2. <http://www.business-consortium.ru/energeticheskoe-oborudovanie/malye-ges>
3. <http://www.hevelsolar.com/company/contacts/>
4. <http://www.helios-house.ru/solnechnye-batarei/>
5. <http://www.fabrikatoka.ru/pages/calculator.php?fromsolar>
6. <http://www.forbes.ru/infographics/kompanii/resursy/243891-ostatki-byloi-roskoshi-skolkoostalos>

УДК 332.851

А. К. Шепелева

студент кафедры экономики и финансов

В. А. Варфоломеева

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ ФИНАСОВОГО КРИЗИСА НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ: АНАЛИЗ СИТУАЦИИ 2008–2009 И 2014–2015 ГОДОВ

Финансовый кризис, начав распространяться с банковского сектора, постепенно захватывает все отрасли экономики, в том числе и сектор недвижимости. Но сила влияния финансового кризиса на эту сферу отличается от других, так как рынок недвижимости уникален тем, что из всех отраслей он в наибольшей степени способен сопротивляться кризисным явлениям. В данной статье мы рассмотрим, насколько сильны перемены на рынке недвижимости, какие кризисные факторы воздействует на него и чем отличается кризисная ситуация 2008–2009 гг. и 2014–2015 гг.

Влияние финансового кризиса на рынок недвижимости происходит в основном за счет резкого снижения доступности свободных денег, кредитов и сворачивания инвестиционных программ банков и предприятий. Это естественным образом уменьшает покупательскую активность,

то есть спрос, а поскольку количество объектов на рынке остается прежним, то происходит падение цен.

Главным фактором, воздействующим на рынок недвижимости, в первую очередь является сокращение покупательной способности населения. По прогнозам экономистов Минэкономразвития доходы населения будут снижаться, произойдет увеличение безработицы в несколько раз, тем самым, расходы возрастут вследствие инфляции, которая ожидается на уровне 17–20%. Единственный возможный источник притока средств на рынок – ипотека. Но после повышения ключевой ставки Центробанка до 17% сократился процент населения, который мог бы ее себе позволить.

Таким образом, вторым фактором, влияющим на снижение цен является уменьшение привлеченных заемных средств в сферу недвижимости. Заемные средства на рынке недвижимости играют огромную роль: по статистике в 2014 г. с привлечением банковских кредитов совершалось до 35% сделок на вторичном рынке и до 50% – на первичном рынке недвижимости. В 2008 г. на первичном рынке доля ипотечных покупок была минимальной. Зато на рынке вторичной недвижимости этот показатель практически соответствовал нынешнему уровню и доходил до 30%. Когда в 2009 г. банки перестали выдавать ипотеку и заемные деньги почти полностью ушли с рынка, произошло снижение цен примерно на треть. Если объемы выдачи ипотеки резко сократятся (что можно наблюдать уже в начале 2015 г.), то вторичный рынок недвижимости ожидает повторение истории.

По прогнозам аналитиков и специалистов рынка недвижимости: «Снижение цен будет долгим и плавным. Объекты в зависимости от класса будут дешеветь с разной скоростью. Можно предположить, что цены на зависшие в листинге многокомнатные квартиры начнут снижаться. Малоликвидные объекты (старые хрущевки на окраинах) на время кризиса просто уйдут с рынка. Самое востребованное жилье – небольшие квартиры у метро – могут вовсе не потерять в цене. Но в среднем стоимость квадратного метра просядет как минимум на 10%. В элитном сегменте снижение цены может оказаться более ощутимым и достигать до 50%».

Также можно рассмотреть фактор, который способствует повышению цен. Одним из факторов, который негативно влияет на рынок недвижимости, становится снижение курса рубля. Снижение курса рубля – фактор, влияющий не прямым образом, а косвенным. Если до 2007–2008 гг. почти весь рынок недвижимости был долларovým, то в настоящее время он рублевый, за исключением сектора элитной недвижимости, цены на которую в большинстве случаев устанавливаются в валюте. Доходы население получает, в основном, тоже в рублях, следовательно, прямого влияния курса на повышение стоимости недвижимости нет. Но тут срабатывает массовый психологический фактор, на который влияет высокие темпы инфляции: цены на товары и услуги растут, а, следовательно, растет цена на недвижимость.

Таким образом, влияние всех факторов провоцирует застой на рынке недвижимости с последующим снижением цен на 10–20%, обуславливаемым падением спроса, как на первичном, так и на вторичном рынке недвижимости.

Также можно рассмотреть такой фактор, как изменение цены на нефть: зависит ли рынок недвижимости от колебаний цены за баррель и если зависит, то насколько сильно? Анализ изменений, которые демонстрируют нефтяные цены и стоимость российской недвижимости на протяжении нескольких лет, свидетельствует, что данные показатели тесно связаны между собой. Правда, недвижимость реагирует на падение цен на нефть с задержкой и только тогда, когда речь идет об их устойчивом снижении, а не о краткосрочных колебаниях. Ситуация падения цены на нефть, начавшаяся с 2014 г. как раз и является таким случаем.

Опять же прямой зависимости цен на недвижимость от курса цен на нефть нет. Частично снижение цен на нефть влияет на цены на жилье на фоне ослабления курса рубля – из-за этого долларové цены на недвижимость снижаются. Профессор кафедры экономики и управления городским строительством РЭА им. Г. В. Плеханова Геннадий Стерник объясняет, что цены на нефть определяют платежеспособный спрос и стоимость жилья посредством нескольких факторов:

- условия и объем жилищного кредитования покупателей, в т.ч. ипотечного; количество и доля ипотечных сделок;
- объем денежная базы;
- изменение курсов валют – девальвация и ревальвация;
- макроэкономические факторы (темпы роста ВВП, промпроизводства, уровень занятости);
- инфляция и дефляция.

Например, ситуация в 2008 г. была такова: с начала июля до конца декабря цены на нефть снизились почти на 73%, при этом цены на жилье в этот период продолжали расти. Падение началось в ноябре и продолжилось до сентября 2009 г. – тогда долларové цены снизились на 35%. Рублевые цены снизились меньше – всего около 10%. Следующее недлительное снижение цен на нефть пришлось на март-июнь 2012 г. За этот короткий период цены на нефть просели на 25%. Цены на недвижимость начали снижаться с двухмесячной задержкой: с мая по август квадратный метр подешевел на 10% в долларах. При этом рублевые цены повысились на 9%, но к августу примерно так же снизились.

Таким образом, сравнивая ситуации 2008–2009 гг. и 2014–2015 гг. можно предположить, что кризисные факторы в 2014 г. окажут более сильное влияние на рынок недвижимости, нежели в 2008 г., так как нельзя спрогнозировать окончание кризиса в данный момент. Потому что за счет затяжной длительности кризисной ситуации, рынок недвижимости будет терять свои позиции, так как он откликается только на воздействие фундаментальных тенденций, действующих на протяжении достаточно долгого отрезка времени и вяло реагирует на точечные изменения внешних условий. Скорее всего, в этот раз кризис будет более долгим по времени, а следовательно, на рынке недвижимости он скажется гораздо значительнее, чем экономические проблемы 2008–2009 гг.

Библиографический список

1. «Бюллетень Недвижимости» Санкт-Петербурга. БН – газета – www.bn.ru
2. РБК Недвижимость – www.realty.rbc.ru
3. Портал недвижимости Санкт-Петербурга и Москвы – www.restate.ru

УДК 659.1.013

М. А. Шувалова

студент факультета среднего профессионального образования

Л. В. Рудакова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ В РЕКЛАМЕ

Реклама – неизменный атрибут современности. Она определяет наши привычки и образ жизни, влияет на наше отношение к окружающему миру. Реклама рассказывает современному обществу, что хорошо, а что плохо. В настоящее время съемки детей в рекламе стали обычным делом, производитель рассчитывает таким образом обеспечить быструю реакцию потенциальных покупателей и, как результат, получение сверхприбыли. Рекламодатели активно эксплуатируют образ ребенка, который так и притягивает к себе взгляды, вызывая доверие, положительные эмоции и улыбку взрослых, чем способствует повышению лояльности бренда.

Мужчины, как и женщины, реагируют на рекламу с детьми положительно, но производители четко определили продукты и товары подходящие определенной целевой категории. Для женщин это реклама кремов, подгузников, бутылочки для кормления и т. д., а для мужчин, которые гораздо более спокойно относятся к детям это автомобили, шампуни, еда и другое.

Образ ребенка используется не только в коммерческой, но и социальной рекламе. Социальная реклама активно обращает внимание общества на проблемы насилия, здоровья, сиротства и связи поколений. Мощные детские образы часто используются и для другой социальной рекламы, например экологической. Рекламу с участием детей, безусловно, смотреть более приятно, и рекламный эффект от таких сюжетов гораздо выше, однако рекламодатели обязательно должны перед созданием такого ролика внимательно изучить российское законодательство.

Согласно ст. 6 российского Федерального закона «О рекламе», в детской рекламе запрещены реклама алкогольной продукции, реклама лекарственных средств, реклама оружия и реклама продукции военного назначения, реклама основанных на риске игр, пари, дискредитация родителей и воспитателей, направленная на подрыв доверия к ним несовершеннолетних, внушение непосредственно несовершеннолетним, чтобы они убеждали родителей или других лиц приобрести рекламируемые товары [1].

Примерно 30% всех европейских стран на сегодняшний день приняли законы, ограничивающие рекламу, направленную на детей. Самым жестким является шведское законодательство, запрещающее показ рекламы во время детского прайм-тайма, когда у телевизоров собирается наибольшее количество детей. В России на практике рекламисты постоянно нарушают запреты. Ведь в большинстве случаев реклама не провозглашает прямо, а только косвенно намекает на что-то, заставляя несовершеннолетних детей делать вполне однозначные выводы. А доказать в судебном порядке, что имеет место скрытая психологическая манипуляция, практически невозможно. С каждым годом влияние рекламы на детей возрастает. За границей общественность давно уже требует, чтобы государство ввело ограничение на рекламу, особенно направленную на детей. Согласно маркетинговым исследованиям, дети иначе реагируют на рекламу, чем взрослые. Они воспринимают ее больше, как полезную информацию и даже передают ее родителям в надежде, что те купят рекламируемый товар. В исследовании, в частности, говорится, что среди 41% детей, которые регулярно смотрят телевизор, была большая доля тех, кто просил родителей купить рекламируемые бренды [2].

Детям нужно объяснять, что такое реклама и для чего она нужна, чтобы ребенок не поддавался предлагаемым провокациям, умел сам отличить ложное видение от правильного представления. Для этого удобно использовать рекламные объявления в журналах или газетах. Смотря рекламу, родитель должен расспросить ребенка о том, что тот видит, нравится она ему или нет, что она предлагает купить и т. п. Затем родители должны направить ребенка на развитие мышления в следующем направлении: о чем нужно себя спросить, прежде чем купить рекламируемую вещь. Это поощряет ребенка искать дополнительную информацию о товаре. Например, рекомендуется задавать вопросы, как можно использовать рекламируемый товар, хорошо ли он работает, действительно ли именно эта вещь нужна, существуют ли похожие товары и какова их цена. вполне возможно, что подобные разговоры помогут ребенку стать более разумным потребителем. Ребенок должен знать, что целью рекламы является не развлечение зрителя и не забота о нем, а стремление заставить его купить определенный товар. Ребенок должен учиться оценивать увиденное, а не принимать все за правду. Все это будет способствовать формированию у ребенка ответственности при принятии решений и развитию чувства уверенности в себе.

Дети – это самородки рекламной индустрии, им подвластно, даже без слов, очень многое показать. Ребенок для взрослого дороже и бесценнее всего на свете, он вызывает самые светлые и добрые чувства: ласку, нежность, заботу и доверие. Так и реклама должна дарить только трогательные и положительные эмоции. Пусть товар будет несовершеннолетним, но образ детей в рекламе с их участием станет эмоционально положительным и эффективным.

Библиографический список

1. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03. 2006 г. № 38-ФЗ.
2. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 384 с.

УДК 336.221

А. Н. Яськова

студент кафедры экономической безопасности

О. А. Бизина

научный руководитель

ЭТАПЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ НАЛОГА НА ИГОРНЫЙ БИЗНЕС

Игорный бизнес один из самых доходных видов в мире. В периоды тяжелого финансового положения в ряде стран этот бизнес выводил экономику из кризиса. В России возлагаемое на него налоговое бремя не столь велико, а налоговая система, регулирующая данный вопрос, все время совершенствуется.

Азартные игры уходят своими корнями далеко в прошлое. Впервые в нашей стране государство обратило внимание на игорный бизнес при императрице Анне Иоанновне. При ней игры были запрещены, но через тридцать лет императрица Елизавета Петровна разрешает некоторые из них. Проследив историю игорного бизнеса в России, можно с уверенностью сказать, что он очень стар [1].

Статистика современного игорного бизнеса берет в начало с советских времен, а именно – 1988 г. [2].

Налог на игорный бизнес в Российской Федерации до 2009 г. являлся одним из самых высокодоходных. Как любая деятельность, связанная с извлечением дохода, игорный бизнес входит в сферу регулирования налоговым законодательством. В процессе формирования налогового правовой базы по налогу на игорный бизнес можно выделить четыре этапа [3].

Первый этап: с 1991 по 1998 гг., когда в Российской Федерации действовал налог на доходы казино, иных игорных домов (мест) и другого игорного бизнеса, который взимался с доходов деятельности в рамках Закона РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» по ставке 90%. С точки зрения выполнения фискальной функции, созданная система налогообложения игорного бизнеса в тот период была малоэффективной, поскольку государство тратило на налоговое администрирование больше, чем получало необходимых финансовых поступлений. Эта сфера налогообложения отличалась высокой степенью уклонения. Доходы казино и иных игорных заведений или занижались, или вообще скрывались.

По сохранившимся обрывочным данным можно сделать вывод, что на начало 1991 г. в стране работали три казино и было всего около 500 игровых автоматов, но уже к концу 1991 г. игорный бизнес стал серьезно развиваться. Казино открылись не только в Москве, но и в Санкт-Петербурге. В течение двух лет игорный бизнес постепенно стал появляться в регионах, в основном стараниями работающей к тому моменту Ассоциации деятелей игорного бизнеса [1].

В 1994 г. ситуация уже кардинально меняется. Согласно статистике налоговых органов, на начало 1994 г. в 87 субъектах Российской Федерации было зарегистрировано 496 компаний, занимающихся игорной деятельностью. Игорный бизнес развивается в Москве – 86 предприятий, Санкт-Петербурге – 57, Ростове-на-Дону – 12, Владивостоке – 7, в Краснодарском крае – 51, в Ставропольском крае – 14, в Ленинградской области – 20, Московской области – 15, Волгоградской – 10 и Мурманской области – 9 [4].

В 1995–1996 гг. игорный бизнес все больше и больше набирает обороты. В стране работает отраслевая общественная организация – Ассоциация деятелей игорного бизнеса, наладившая диалог с местными властями (в основном с правительством Москвы). Однако отсутствие необходимого правового регулирования и сверхвысокое налогообложение по-прежнему не позволяют в должной мере наладить конструктивный диалог с федеральной властью и определить место игорного бизнеса в экономической и социальной жизни России. [5]

Второй этап начинается с момента принятия Федерального закона от 31 июля 1998 г. № 142 – ФЗ «О налоге на игорный бизнес», который в корне изменил подход к налогообложению игорного бизнеса, впервые определив специфику этого вида деятельности и соответствующие

этому принципу налогообложения. Кроме того, в законе были четко определены такие понятия, как игорное заведение, пари, азартная игра, игровой стол, игровой автомат, касса игорного заведения, что на тот момент было новым в налоговом законодательстве. В этот период вводится фиксированный налог на игорный бизнес с единицы игрового оборудования, т. е. объектами налогообложения становятся не доходы, а игорные столы, игровые автоматы, кассы тотализаторов и кассы букмекерских контор. Однако и этот период не отличается значительными увеличениями налоговых поступлений. Во много это было связано с высокими ставками налога на игорный бизнес в большинстве субъектов РФ [2].

Третьим этапом реформирования системы налогообложения игорного бизнеса становится перенесение норм о налоге на игорный бизнес во вторую часть Налогового кодекса Российской Федерации. Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 182 – ФЗ «О внесении изменений и дополнений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие акты законодательства Российской Федерации о налогах и сборах» была введена гл. 29 «Налог на игорный бизнес», которая вступила в силу с 1 января 2004 г. В процессе работы над гл. 29 Налогового кодекса Российской Федерации было принято решение сменить статус налога на игорный бизнес с федерального на региональный, что является вполне разумным, учитывая природу налога и то, что это соответствует принципам бюджетной политики государства по отношению к регионам.

Если рассматривать материал гл. 29 Налогового кодекса РФ с позиции ясности изложения и однозначности толкования, то очевидно, что он выигрывает по сравнению с ранее действующим законодательством. Учитывая отсутствие специальных законов, определяющих правовой статус игорного заведения, очень важно четко определить ряд специфических понятий, используемых в игорном бизнесе. Значительно более четко и профессионально сформулировано само понятие «игорный бизнес», вместо ранее используемого понятия «игорное заведение» введены термины «организатор игорного заведения» и «организатор тотализатора», появилось новое понятие «участник», характеризующее физическое лицо, принимающее участие в азартных играх, определено понятие «игровое поле», уточнена и конкретизирована ранее применявшаяся терминология [6].

Объекты налогообложения, принципы их учета и контроля над деятельностью в целом не изменились, хотя общеизвестно, что игорный бизнес плохо поддается государственному и налоговому контролю.

Начиная с 2005 г. в РФ было введено лицензирование игорной деятельности. Были установлены возрастные и рекламные ограничения.

Четвертым этапом реформирования системы игорного бизнеса стал Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 244 – ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации». Казалось бы, именно этот закон должен стать той основой, которая решала бы многие проблемы, касающиеся, в том числе и налоговой сферы. Главная цель принятого закона – ограничение и возможность полного контроля деятельности субъектов игорного бизнеса. Согласно Закону, с 1 июля 2009 г., года азартные игры разрешены в России лишь в четырех зонах: «Азов – Сити» в Краснодарском крае, «Сибирская монета» на Алтае, «Янтарная» в Калининградской области и «Приморье» в Приморском крае. 21 апреля 2014 г. Президент РФ В. В. Путин внес на рассмотрение Госдумы законопроект о создании пятой игорной зоны, а именно в республике Крым.

В настоящее время функционируют две игорных зоны: в Краснодарском крае – «Азов – Сити» и Алтайском крае – «Сибирская монета».

Открытие третьей игорной зоны «Приморье» намечено на май 2015 г.

Четвертая игорная зона «Янтарная» находится в Калининградской области, на берегу Балтийского моря в 50 км от Калининграда. Планировалось, что на этой территории появится казино, гостиницы, аквапарк, театр, спа-салоны, магазины. Игорная зона «Янтарная» позиционировалась не только как место для азартных игр, но и место для отдыха. На сегодняшний день в области идет подготовка к возведению инфраструктуры.

Пятая игорная зона в Республике Крым на данный период времени существует только на бумаге.

Большая часть крупных казино и игорных клубов с вступлением закона в силу закрылись. В то же время владельцы игорных клубов поменьше, замаскировались и продолжают отъем денег у азартных граждан, либо изменив название своих заведений на клубы «мгновенных лотерей» или компьютерных игр. Под видом залов для проведения стимулирующих лотерей сейчас работает больше половины всех бывших залов игровых автоматов, согласно экспертной оценке.

Библиографический список

1. Ушак Н. В. Теория и история налогообложения. М.: Юнити–Дана. 2010. 423 с.
2. Богославец Т. Н. Реформирование системы налогообложения игорного бизнеса // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2010. № 3. С. 135–137.
3. Толкушкин А. В. История налогов в России. М.: Юристъ. 2010. 432 с.
4. История азартных игр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vib.adib92.ru/main.mhtml?Part=12&PubID=4084>
5. Понемасов А. Д. Налогообложение в современном обществе: пути совершенствования, Екатеринбург: Издательство УМЦ УПИ». 2010. 40 с.
6. Борисенко М. Налог на игорный бизнес: действующая система, перспективы развития и пути ее совершенствования // Налоговый вестник. 2011. № 8. С. 58.

УДК 339.5

В. Н. Яшина

студентка кафедры международных экономических отношений

Л. А. Трофимова

канд. экон. наук, доц. – научный руководитель

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ЛЮКСЕМБУРГА И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Люксембург – это микрогосударство Западной Европы, которое представляет собой высокоразвитую индустриальную страну, крупный международный финансовый и туристический центр. В структуре ВВП преобладает сфера услуг, финансы и торговля. В этих отраслях занято около 50% экономически активного населения.

Люксембург – один из финансовых центров Европы, и в 1995 г. здесь находились представительства 220 иностранных банков, которых привлекали принятые в конце 1970-х гг. самые благоприятные в ЕС законы о банковской деятельности, гарантирующие сохранение тайны вкладов. С момента входа в еврозону в Люксембурге обращается евро (ранее обращались люксембургский франк и бельгийский франк, выпускавшиеся Люксембургским монетным институтом, который опекает финансовый сектор). Центральным банком является Национальный банк Бельгии.

Одним из многочисленных торговых партнеров Люксембурга является Россия, сотрудничество с которой в наибольшей мере охватывает такие сферы, как торговля, финансы и услуги, обрабатывающая промышленность, добыча полезных ископаемых, транспорт и связь, государственное управление, образование, здравоохранение и военная безопасность, строительство, производство и распределение энергии, газа и воды, прочие коммунальные услуги, сельское и лесное хозяйство. По импорту Российская Федерация занимает 49 место среди других партнеров Люксембурга, а по экспорту – 12 место [1].

Как следует из анализа информации, представленной в табл. 1, и Россия, и Люксембург на сегодня имеют отрицательный торговый баланс. Это объясняется тем, что микрогосударство из-за своей незначительной территории не имеет богатств и ресурсов, поэтому все это она черпает извне. В частности из России она импортирует нефть, природный газ, каменный уголь, мазут, черные металлы и т. д. А экспортирует машины и оборудование, легковые автомобили, медикаменты и т. д.

Динамика изменения торговли РФ и Люксембурга 2013–2014 гг.

	РФ		Люксембург	
	USD млн	%	USD млн	%
Торговый баланс	-432	-3,2	-180	-23,3
Экспорт	950	2,6	-60	-5
Импорт	1382	5,9	120	6,1

Причем экспорт из Люксембурга в сравнении с экспортом из России ниже только в 30 раз, а импорт – в 10 раз, при разнице территорий в 6621 раз. Таким образом, Люксембург ведет свою деятельность, имея лишь скромную по размерам территорию, которая почти не наделена ресурсами, а Россия имеет огромную территорию с богатыми землями, а, следовательно, обладает и значительным, до конца не используемым, потенциалом в торгово-экономическом сотрудничестве.

Россия не пользуется этим потенциалом из-за отставания по многим экономическим показателям, которое вызвано такими причинами, как:

- общемировые тенденции: экономика стран после кризиса 2008 г. развивается медленно, что сказывается и на объемах мировой торговли. Кризис Еврозоны в 2012–2013 гг. также осложнил ситуацию в темпах производства, спросе и потреблении;
- неразвитость собственной экономики из-за значительной ориентации на нефтегазовый сектор [3].

После кризиса 2008 г. торгово-экономические отношения двух стран ухудшились.

Однако благодаря некоторому росту экономики в 2012 г. торговые связи постепенно стали расширяться. При этом импорт обеих стран в 2014 г. превысил экспорт, который вырос в России и сократился в Люксембурге. Можно предположить, что рост импорта в Люксембурге свидетельствует об активности внешней экономики, а снижение экспорта является следствием отсутствия природных ресурсов у страны.

В табл. 2 представлены экспорт, импорт, торговый баланс двух стран в натуральном выражении в 2013/2014 гг. [2].

Таблица 2

Торговля РФ и Люксембурга, млн долл. США

	РФ		Люксембург	
	2013	2014	2013	2014
Торговый баланс	13 359	12 927	-771	-951
Экспорт	36 655	37 605	1209	1149
Импорт	23 296	24 678	1980	2100

В целом торгово-экономическое сотрудничество России с Люксембургом представляется весьма перспективным. В области металлургии ведется активное сотрудничество между крупными компаниями стран. Люксембург обладает не только уникальным международным опытом в финансовой сфере, но также и ноу-хау по построению финансовых центров, что является актуальным для создания такого центра в Москве.

На сегодняшний день Люксембург уделяет повышенное внимание сотрудничеству с российскими регионами. Перспективными областями являются финансы, космос, транспорт и логистика, туризм. В частности, активно развивается сотрудничество одного из крупнейших в мире спутниковых операторов – Европейской ассоциации спутников (SES) с российскими парт-

нерами по запуску спутников российскими носителями, совместная разработка, а также партнерство с российскими спутниковыми операторами. В области разработки спутников с российской стороны партнером выступают «Информационные спутниковые системы им. М. Ф. Решетнева».

Введенные по отношению к России санкции со стороны Европейского Союза не сказались на торгово-экономических отношениях РФ и Люксембурга. Наоборот, в ходе визитов, а именно на 6-й встрече, представителей Люксембурга в Российской Федерации в 2014 г. подчеркивалась важность данного партнерства.

Представители и эксперты обоих государств выделяют наиболее перспективные области для совместного развития: финансы, т. к. Люксембург является страной сосредоточения крупных иностранных банков; космос, т.к. Россия – сильный разработчик космических программ и строительных точек в сфере освоения внеземных объектов; туризм, т.к. обе страны являются привлекательными местами, где хотелось бы провести отпуск, и другие.

Библиографический список

1. Люксембург, великое герцогство // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86 томах (82 т. и 4 доп.). – СПб., 1890–1907.
2. <http://ru.tradingeconomics.com/luxembourg/imports>
3. http://provednp.org/services/novosti/novosti_ved/analiz_eksporta_i_importa_rossijskoj_federacii_za_6_mesyacev_2013_goda/http://www.gecont.ru/cnt.php?country=luxembourg
4. <http://economy.gov.ru/minec/press/news/2014120807>

УДК 34

С. В. Акиаджиева

студент кафедры гражданского права

А. А. Боев

канд. юрид. наук, доц. – научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ ПРИНУДИТЕЛЬНЫХ МЕР МЕДИЦИНСКОГО ХАРАКТЕРА В УГОЛОВНОМ ПРАВЕ РОССИИ

В настоящее время в России сложилась ситуация, когда среди психически больных много лиц с асоциальным поведением, склонных к совершению противоправных и общественно опасных деяний, в отношении которых необходимо применять принудительное лечение в условиях изоляции¹.

Принудительные меры медицинского характера являются самостоятельным уголовно-правовым институтом, имеют свою характеристику, цели, порядок реализации, приостановления и прекращения.

Принудительные меры медицинского характера – это предусмотренные уголовным законом меры, которые назначаются лицам, совершившим общественно-опасные деяния или преступления в силу наличия у них психического расстройства.

Главной целью указанных мер является излечение или улучшение психического состояния лица и предупреждение совершения им новых противоправных деяний.

Проблем в рассматриваемом уголовно-правовом институте много, поэтому проанализируем более подробно норму, которая на наш взгляд является актуальной и имеет большое практическое значение – принудительные меры медицинского характера, применяемые к лицам, страдающим таким психическим расстройством как «педофилия».

Итак, ст. 97 Уголовного Кодекса Российской Федерации предусматривает, что принудительные меры медицинского характера назначаются лицам:

- которые совершили преступление, установленное в Особенной части УК РФ в состоянии невменяемости;
- которые совершили преступление, но после его совершения наступило психическое расстройство, делающее невозможным назначение или исполнение наказания;
- совершившим преступление и страдающим психическими расстройствами, не исключающими вменяемости;
- совершившим в возрасте старше восемнадцати лет преступление против половой неприкосновенности несовершеннолетнего, не достигшего четырнадцатилетнего возраста, и страдающим расстройством сексуального предпочтения (педофилией), не исключающим вменяемости.

Последняя новелла, определяет, что принудительные меры медицинского характера могут быть назначены лицу, совершившему преступления против половой неприкосновенности в состоянии психического расстройства в форме педофилии. Расстройство не должно исключать

¹ Шагеева Р. М. Проблемы применения принудительных мер медицинского характера. М.: 2007. С. 15–18.

вменяемости, а субъектом преступления является лицо, достигшее 18-летнего возраста. Впервые «педофилия» вводится в текст нормативно-правового акта как юридический термин.

Обратимся к главному международному нормативному документу, в соответствии с которым, органы здравоохранения и медицинские учреждения формируют систему отчетности и устанавливают перечень психических расстройств.

Согласно Международной классификации болезней X пересмотра (МКБ-10), педофилия относится к разделу, описывающему психические расстройства и расстройства поведения, «расстройства личности и поведения в зрелом возрасте», как одно из расстройств сексуального предпочтения.

Таким образом, педофилия считается психическим расстройством, в связи с чем, возникают вопросы: обосновано ли законодательное выделение педофилии в отдельный пункт ч. 1 ст. 97 Уголовного кодекса Российской Федерации как конкретное психическое расстройство? В чем различие между лицом, совершившим преступление и страдающим психическим расстройством, не исключающим вменяемости, и лицом, страдающим расстройством сексуального предпочтения, также не исключающим вменяемости?

Законом предусмотрено, что преступление должно быть совершено против половой неприкосновенности несовершеннолетнего, не достигшего четырнадцатилетнего возраста. По мнению законодателя, лица, страдающие психическим расстройством сексуального предпочтения, совершившие преступления в отношении лиц в возрасте от 14 до 16 лет, в принудительных мерах медицинского характера не нуждаются.

Интересным является положение ч. 2.1. ст. 102 Уголовного кодекса Российской Федерации, где законодатель указывает, что суд вправе назначить лицам, указанным в п. д. ст. 97 принудительную меру медицинского характера в виде принудительного наблюдения и лечения у врача-психиатра в амбулаторных условиях. Тогда возникает еще один вопрос: «Чем данное положение отличается от положения иных лиц, страдающих психическим расстройством, не исключающим вменяемости?».

Проблема жестокости и сексуального насилия против несовершеннолетних требует принятия государством решительных мер, направленных на усиление ответственности за преступления сексуального характера, а изменения, внесенные в уголовное законодательство, на наш взгляд, могут способствовать необоснованному смягчению наказания для осужденных, страдающих таким психическим расстройством.

Рекомендуем исключить из ч. 1 ст. 97 Уголовного кодекса Российской Федерации, п. д., поскольку выделение лиц страдающих педофилией в отдельную категорию субъектов является нецелесообразным, так как указанное заболевание является одним из видов психического расстройства, не исключающего вменяемости.

УДК 34

Т. Л. Мухина

студент кафедры государственного права

А. А. Смольяков

канд. юрид. наук, доц. – научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА ЧЕЛОВЕКА НА ДОСТОЙНУЮ ЖИЗНЬ И СВОБОДНОЕ РАЗВИТИЕ

Россия – это социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Проблема в том, что каждый субъект правоотношения вкладывает свое значение в понимание права на достойную жизнь и свободное развитие, так как в законодательстве Российской Федерации отсутствует толкова-

ние и значение термина «достойная жизнь» и термина «свободное развитие», что и является причиной ущемления прав многих граждан. В принципе, следуя той же логике, нельзя сказать, что право не реализуется или реализуется не в полном объеме, так как, возвращаясь проблеме, определить полноту данного права, мы не можем. Из-за этого нарастает недовольство граждан и непонимание между государством и человеком, что подчеркивает актуальность данной проблемы. В целях урегулирования споров и сглаживания постоянно растущего недовольства в обществе необходимо произвести следующие изменения.

1. В первую очередь необходимо дать толкование, закрепить и определить содержание права на достойную жизнь и свободное развитие. Следует понимать, что данное положение является фундаментом, и от его содержания и толкования будет зависеть вся социальная направленность и деятельность государства. То есть положение граждан, нуждающихся в социальной защите, может, одинаково, как улучшиться, так и ухудшиться. Мы предлагаем развитие законодательства в данной области исключительно в пользу граждан, а не государства, следовательно, все последующие предложения также будут носить исключительно благотворный характер для граждан.

2. Необходимо, как минимум, уравнивать размеры МРОТа с размерами установленного прожиточного минимума, а для обеспечения достойной жизни, МРОТ должен быть больше, чем прожиточный минимум, хотя бы на 40%. Таким образом, можно закрепить положение о том, что «для реализации права на достойную жизнь и свободное развитие в стране устанавливается МРОТ, превышающий прожиточный минимум на 40%».

3. Пополнить потребительскую корзину количеством продуктов, включить в нее услуги по ремонту обуви и одежды, так как носить столько лет одни и те же вещи без поломок просто невозможно, включить в нее организацию досуга для детей, а также необходимо включить в нее культурное развитие, например раз в месяц давать билеты в театр, кино или музей.

4. Исключить дифференциацию в прожиточном минимуме между категориями граждан, или минимизировать ее, также как и в продовольственной корзине и увеличить прожиточный минимум.

5. Внести в Федеральный закон «О прожиточном минимуме» изменения, вместо слов «сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности» слова «для поддержания достойного уровня жизни». Таким образом, получится следующее предложение: «потребительская корзина – необходимые для поддержания достойного уровня жизни человека минимальный набор продуктов питания, а также непродовольственные товары и услуги, стоимость которых определяется в соотношении со стоимостью минимального набора продуктов питания», который в свою очередь, согласно предыдущим пунктам, увеличился.

6. Выделять по истечении срока носки вещей дополнительные средства на приобретение новых вещей.

7. Все пособия, выплаты, пенсии и другие социальные выплаты не должны быть меньше, чем размер прожиточного минимума.

8. Увеличить размер ежемесячных пособий по уходу за ребенком и декретных. Законодательно следует обязать выплачивать декретные в первый год 100% от средней заработной платы и не уменьшать размер выплат по достижению ребенком возраста полутора или трех лет.

9. Отменить существующую форму школьных экзаменов – ЕГЭ, либо отменить ЕГЭ, как вступительный экзамен в вуз. То есть, вузы не должны принимать абитуриентов по тем баллам, которые они набрали во время школьных экзаменов. Для поступления в вуз необходимо установить прежнюю форму экзамена, что даст каждому человеку возможность доказать и показать в полном объеме количество и качество своих знаний.

10. Сделать образование в вузе более доступным. Либо необходимо уравнивать стоимость на получение образования, либо внести в потребительскую корзину, в группу услуг – услуги на получение образования. Так как мы уже выяснили ранее, на примере Санкт-Петербурга, что в самом доступном вузе ежемесячные растраты на образование составляют 4000 руб., тогда как МРОТ 5554 руб.

11. Дать толкование термину «достойный заработок». Ситуация сегодня очень непонятная. Что должно служить отправной точкой для установления «достойного заработка», и при установлении такового, не будет ли дискриминации человека по признаку достойного и недостойного заработка. В принципе, данный пункт можно либо убрать, либо токовать следующее: «достойный заработок – это такой заработок, на получение которого имеет право каждый человек, который будет составлять 3 МРОТа», а МРОТ в свою очередь будут покрывать полностью потребительскую корзину со всеми ее нововведениями, в том числе с добавлением услуг по образованию.

Все вышеперечисленные изменения должны составлять минимум, основу, фундамент достойной жизни и свободного развития человека и гражданина Российской Федерации.

УДК 34

М. М. Ширинкина

студент юридического факультета

М. В. Семенова

научный руководитель

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА НА ЛЕКАРСТВЕННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГРАЖДАН В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

*Здоровье до того перевешивает все остальные блага жизни,
что поистине здоровый нищий счастливее большого короля.*

А. Шопенгауэр

Конституцией провозглашено, что Российская Федерация – социальное и правовое государство, что подразумевает приоритетность соблюдения и охраны прав и свобод человека и гражданина.

Одним из социальных прав человека и гражданина, декларируемых Конституцией, является право на охрану здоровья и медицинскую помощь (ч. 1 ст. 41 Конституции Российской Федерации). Гарантировав это право, Основной закон страны возложил на государство ответственность за создание равных возможностей и условий получения достойного уровня медицинской помощи и лекарственных средств различными категориями граждан нашей державы.

Однако, обращаясь к реалиям современного российского здравоохранения, мы видим множество проблем и правонарушений, связанных с реализацией прав граждан на достойный уровень медицины, а также на получение необходимого лекарственного обеспечения. Причиной этого является финансирование здравоохранения по остаточному принципу, поскольку основная часть денежных средств из централизованных источников направляется на развитие оборонно-промышленного комплекса.

Абстрагируясь от темы исследования, необходимо обратиться к правовому значению здоровья. Особенности права на охрану здоровья заключаются в том, что оно относится к неотчуждаемым правам, принадлежит человеку еще до его рождения, является неотъемлемым условием жизни общества и связано не только с необходимостью заботы о своем здоровье каждого гражданина, но и ответственностью государства за сохранение и укрепление здоровья своих граждан.

Более того, проблема реализации прав граждан на охрану здоровья вышла на уровень внешнеполитических вопросов, поскольку решаемый вопрос в настоящее время является угрозой национальной безопасности страны, ее суверенитету.

Для формирования системы эффективного обеспечения лекарственными препаратами граждан, гарантирующей медицинскую помощь заболевшим гражданам за счет государственного

финансирования, предлагаем создать национальную фармацевтическую программу, ключевые направления которой перечислены ниже.

1. Изменение законодательства в сторону его обновления и консолидации, что позволит популяризировать данную отрасль права и усилить внимание законодателя к проблемам общеправового масштаба.

Несовершенство действующего законодательства в области льготного лекарственного обеспечения, предоставляющего неподкрепленные соответствующим финансированием льготы различным группам населения, привело к тому, что постоянное получение лекарственных средств на льготных условиях стало невозможно даже при лечении самых тяжелых заболеваний.

В настоящее время можно констатировать, что развитие законодательства о здравоохранении в Российской Федерации идет по пути создания пакета из отдельных, специализированных законодательных актов. Однако законодательная база в сфере охраны здоровья населения Российской Федерации должна создаваться с учетом принципов гуманизма и законности, путем создания научно обоснованного и взаимосвязанного кодификационного акта, который должен быть базой, основой данного законодательства. Медицина – динамично развивающаяся наука, и в правовом порядке должны быть урегулированы такие направления, как защита прав пациентов, страхование юридической ответственности медицинских работников при выполнении профессиональных обязанностей, клонирование и т.п.

Таким образом, представляется, что общим объединяющим признаком в деле правотворчества в сфере охраны здоровья граждан должен стать принцип «опережающей регламентации», в соответствии с которым лучше создать нормативный правовой акт до того, как общественные отношения сформировались произвольно, без учета государственной политики и общественных интересов.

2. Создание нового подхода к лекарственному обеспечению граждан, который позволит осуществлять эффективный контроль над рациональным назначением и отпуском лекарственных препаратов.

Степень удовлетворения объемов потребности в необходимой лекарственной помощи в разных субъектах составляла от 30 до 100%. Также установлено, что количествокупаемых лекарственных препаратов не соответствует структуре заболеваемости и потребности в лекарственном обеспечении лиц, имеющих право на льготы.

3. Создание условий для развития отечественной фармакологии, которые позволят обеспечить наших граждан качественными лекарственными средствами, снизив использование импортных медикаментов.

Немаловажно то, что внедрение вышеописанных мер, объединенных в национальную систему, не требует выделения дополнительных финансовых средств. Данное обстоятельство особо важно в условиях финансово-экономического кризиса.

Предложенная мною система обеспечит повышение уровня жизни граждан, а в частности повлияет на улучшение демографической ситуации в России.

В заключение хотелось бы напомнить, что даже самая лучшая система здравоохранения не обеспечит нас здоровьем. Нельзя забывать и о том, что здоровье легче сохранить, чем восстановить.

СОДЕРЖАНИЕ

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Философия. Политика. Наука	3
<i>Богданова А. Д.</i> Мировоззрение как основа человеческих взаимоотношений	3
<i>Генсиоровская Д. Ю.</i> Цвет в поэзии как отражение психологического состояния и философских взглядов автора	5
<i>Казаков А. И.</i> Азербайджанцы на защите ленинграда в Великую Отечественную войну	9
<i>Кириллова А. С., Пантелеева А. С.</i> Мишель Фуко «Рождение клиники: археология врачебного взгляда»	11
<i>Кучина Е. А.</i> Анализ книги Эриха Фромма «иметь или быть»	13
<i>Мальцев К. В.</i> Мировой трансгуманизм. Аболиционизм (биоэтика). Либертарианский трансгуманизм. Введение в иммортализм	17
<i>Мамаев В. О.</i> Постмодернизм в литературе	20
<i>Мотов Д. Ю.</i> Проблема ответственности в философии И. Канта	21
<i>Мурзич Г. В.</i> Философия музыки	24
<i>Орешкова Н. А.</i> Теория географического детерминизма Ж. Бодена	26
<i>Питрук Д. Д.</i> Реинкарнация	29
<i>Рамейкин О. А.</i> Мораль и война в философии XIX века	31
<i>Савельева В. В.</i> Проблема патриотизма современной молодежи в России	35
<i>Ситников И. А.</i> Трансгуманизм в россии	37
<i>Тихоньких К. К.</i> Боевые действия на лужском оборонительном рубеже в июне–сентябре 1941 года	39
<i>Тихоньких К. К., Копань А. А., Черноусов А. А.</i> К вопросу о создании Германских баз в Советской арктике в 1939–40 гг. Правда и ложь	45
<i>Удалова Е. В.</i> Логицизм в математике	52
<i>Чекаль Е. В.</i> Свадьба как обряд «перехода» у восточных славян	55
<i>Якимова В. В.</i> Язычество и христианство: проблема двоеверия на руси	58
РЕКЛАМА И СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ	61
<i>Касаткин В. И.</i> Деятельность PR-специалистов в политической сфере	61
<i>Наумова В. С.</i> Имидж и репутация вуза	62
<i>Персидина А. В.</i> Особенности видов рекламы	65
<i>Суворова П. С.</i> Имидж образовательного учреждения	66
<i>Чепкасова Е. Б.</i> PR в образовании	69
ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ	71
<i>Бергман А. Р.</i> Культура деловой письменной коммуникации	71
<i>Власов И. А.</i> Демотиватор, форум и чат как типы современного медиа-текста	75
<i>Льянова А. Ч.</i> Язык тенниса как язык для специальных целей: особенности специальной лексики языка тенниса	76
<i>Попова Я. А.</i> Деловая коммуникация: к проблеме заимствования сленга	79
<i>Судакова Л. В.</i> Перевод заголовков англоязычных фильмов	84
<i>Чулкова Н. Н.</i> Особенности употребления английских междометий на материале серий комиксов «The x-men» и «The amazing spider-man»	92

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ	95
<i>Гулянина А. В.</i> Формирование здорового образа жизни студентов с помощью фитнес-программ на занятиях по физической культуре.....	95
<i>Милюкова О.</i> Средства повышения работоспособности студентов специальной медицинской группы.....	97
<i>Пархоменко В. А.</i> Значение упражнения на степ-платформе для развития силы мышц.....	98
<i>Пипаринен И. А.</i> Фитнес-культура в высшем учебном заведении	99
<i>Фомин Д.</i> Сейсмографическое устройство для оценки временных соотношений при обучении и совершенствовании спортивной техники.....	102
<i>Чиченева Ю. С.</i> Некоторые аспекты психологической подготовки студенток-баскетболисток первого курса.....	103
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ	108
<i>Алексеева А. А., Исаева А. А.</i> Определение влияния факторов внешней и внутренней сред на деятельность отеля	108
<i>Алексеева Л. С., Хейфец В. Л.</i> Особенности внешнеэкономического сотрудничества России и Италии в настоящее время	110
<i>Ауман В. А.</i> Отбор способа мотивации персонала на основе нечеткой логики.....	114
<i>Бергенбеков Б. Б.</i> Современное состояние Российского рынка ИТ.....	116
<i>Васильева А. В.</i> Особенности экологической социальной рекламы	119
<i>Ватруба К. М.</i> Социальная значимость микрофинансирования в Бразильских фавелах	120
<i>Воробьева Д. А.</i> Налог на имущество физических лиц: плюсы и минусы изменений, внесенных в Налоговый Кодекс РФ.....	123
<i>Ганина В. В.</i> Перспективы развития рынка наружной рекламы в России.....	125
<i>Гнедов Д. А.</i> Особенности развития электронной коммерции в России	127
<i>Горбунова М. В.</i> Разработка системы для выбора места открытия розничного магазина.....	129
<i>Густарев М. О.</i> Роль информационных технологий в развитии Российских компаний.....	130
<i>Десятникова Е. С.</i> Облачные технологии	133
<i>Доброгорская О. В.</i> Сравнительный анализ методов инвестиционной привлекательности предприятий	135
<i>Донских С. С.</i> Российско-Бразильские отношения на современном этапе	138
<i>Жилова Е. И.</i> Перспективы развития рекламной деятельности в России	141
<i>Зарубенкова В. А.</i> Маркетинговые технологии: современные тенденции развития.....	142
<i>Зимин А. Ю.</i> Проект открытия компании по монтажу систем умного дома.....	144
<i>Иванова С. А., Лазовский С. О.</i> Влияние менталитета и гражданского самосознания на внешнюю и внутреннюю политику Германии.....	148
<i>Иконников Д. Р.</i> Эффективность антикризисных мер ЕС в период Европейского долгового кризиса	152
<i>Ишханов А. В.</i> Расчет доли заемного капитала в структуре капитала организаций при заданном уровне банкротства в отраслевом разрезе	155
<i>Ишханов А. В.</i> Управление долговым портфелем компании.....	159
<i>Каплунов С. М.</i> UML-модель учета кредитов физических лиц в банке	162
<i>Карнаухова Л. Е.</i> Разработка методологии отбора персонала с использованием интеллектуальных технологий.....	165
<i>Кириченко А. А.</i> Расчет пассажирского авиатарифа	167
<i>Кириченко А. А.</i> Состояние региональной авиации в Российской Федерации.....	169
<i>Кресцов Н. А.</i> Анализ факторов, влияющих на территориальное размещение предприятий машиностроения РФ.....	171

<i>Кресцов Н. А.</i> Сравнительная характеристика отраслевой структуры машиностроения развитых и развивающихся стран мира	173
<i>Крутько А. А., Лепёхин В. Е.</i> Жесткие и мягкие математические модели.....	175
<i>Кучина О. С.</i> Изменение цен на «черное золото» в 2014 году. Глобальные последствия.....	179
<i>Ломовский А. А.</i> Защита данных в Android-приложении	181
<i>Малинко Д. А., Брякова К. М.</i> Деятельность антироссийских сил как фактор влияния на украинский кризис. Причины и последствия	184
<i>Марченкова Д. Е.</i> IDEF0-модель процесса проектирования информационной системы	188
<i>Матвеева М. А.</i> Денежная мотивация сотрудников на основе системы ключевых показателей эффективности.....	193
<i>Минина Д. Д.</i> Анализ риска в управлении проектами.....	195
<i>Нехорошева К. И.</i> Экологическая эффективность инвестиционных проектов	197
<i>Новикова Д. Е.</i> История развития российско-нидерландских торговых отношений в XVIII–XIX вв.....	200
<i>Оксаненко Н. П.</i> Срочный рынок как элемент рыночной инфраструктуры.....	203
<i>Оксаненко Н. П.</i> Фондовый рынок как элемент рыночной инфраструктуры	204
<i>Павлицкая Ю. В.</i> Налоговая оптимизация и методы снижения налоговой нагрузки	206
<i>Петренко А. С.</i> Пути снижения себестоимости продукции	209
<i>Писарева Н. А.</i> Анализ рисков в банковской деятельности	211
<i>Поддубная А.</i> SEO-продвижение сайтов и эволюция факторов ранжирования поисковых систем.....	214
<i>Покшиванова О. П.</i> Проблема бюрократии в России	217
<i>Пузикова Д. Е.</i> Проблема устранения двойного налогообложения в РФ в сфере международных экономических отношений	220
<i>Радченко М. А.</i> Моделирование бизнес-архитектуры в RUP-методологии	223
<i>Решетняк Ю. С.</i> Оценка интеллектуального капитала компаний.....	225
<i>Решетняк Ю. С.</i> Улучшение финансовых показателей предприятия за счет правильной политики брендинга.....	228
<i>Рудь П. Г.</i> Особое участие России в международной рекламной деятельности	231
<i>Саганенко В. В.</i> Охрана окружающей среды в гражданской авиации Европейского союза и Российской Федерации Environmental protection in civil aviation of European union and Russian Federation	233
<i>Саганенко В. В.</i> Рынок слотирования в России и за рубежом в период кризиса авиаперевозок: перспективы и новые возможности.....	238
<i>Самарина А. Ю.</i> Изменения, внесенные в федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» и отдельные законодательные акты РФ в части регулирования реабилитационных процедур, применяемых в отношении гражданина-должника.....	241
<i>Сапрыкина Ю. А.</i> Динамика деятельности убыточных организаций в Северо-Кавказском Федеральном округе.....	245
<i>Святная В. Ю.</i> Проблемы развития социальной рекламы в России.....	248
<i>Семенов Д. В.</i> Сравнительный анализ систем подбора персонала.....	250
<i>Семенова А. В.</i> Анализ возможностей оздоровления предприятия, имеющего кризисное финансовое состояние	252
<i>Степанова И. В.</i> Механизм управления продажами продукции на предприятии.....	256
<i>Суровцев С. В.</i> «Кокаиновая республика»: наркобизнес и политические проблемы в Колумбии на современном этапе.....	258
<i>Сушенцева Д. Д.</i> Исследование целесообразности внедрения системы менеджмента качества	261
<i>Харламова В. Е.</i> Проблемы привлечения иностранных инвестиций в РФ	263

<i>Харламова В. Е.</i> Финансовое оздоровление предприятий	267
<i>Шакирова А. И.</i> Экономическое обоснование использования солнечной энергии в России	270
<i>Шепелева А. К.</i> Влияние финансового кризиса на рынок недвижимости: анализ ситуации 2008–2009 и 2014–2015 годов	273
<i>Шувалова М. А.</i> Психологические особенности использования детей в рекламе	275
<i>Яськова А. Н.</i> Этапы реформирования налога на игорный бизнес	287
<i>Яшина В. Н.</i> Торгово-экономическое сотрудничество Люксембурга и Российской Федерации на современном этапе	279
ЮРИСПРУДЕНЦИЯ.....	282
<i>Акиаджиева С. В.</i> Проблемы применения принудительных мер медицинского характера в уголовном праве России	282
<i>Мухина Т. Л.</i> Проблемы реализации права человека на достойную жизнь и свободное развитие	283
<i>Ширинкина М. М.</i> Проблемы реализации права на лекарственное обеспечение граждан в условиях экономического кризиса	285

Научное издание

ШЕСТЬДЕСЯТ ВОСЬМАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ
НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ГУАП

Часть II
Гуманитарные науки

Сборник докладов

Ответственные за выпуск:
А. В. Бобович, В. Н. Соколова

Материалы публикуются в авторской редакции
Подготовка к печати *И. Н. Мороз*

Подписано к печати 06.11.15. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 16,86. Уч.-изд. л. 18,16. Тираж 150 экз.
Заказ № 426

Редакционно-издательский центр ГУАП
190000, Санкт-Петербург, ул. Б. Морская, д. 67