СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Часть 4

Красноярск 2016

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный аграрный университет»

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Материалы XI Всероссийской студенческой научной конференции (5 апреля 2016 г.)

Часть 4

Секция 10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Секция 11. МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Секция 13. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Красноярск 2016

ББК 4
С 88

Отв. за выпуск:
В.Л. Бопп, к.б.н., начальник управления организации и сопровождения научных исследований
А.А. Труфанова, ведущий специалист управления организации и сопровождения научных исследований

С 88 Студенческая наука – взгляд в будущее: мат-лы XI Всерос. студ. науч. конф. Часть 4 / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. – 316 с.

В четвертой части представлены доклады, сделанные на XI Всероссийской студенческой научной конференции, которая проходила в Красноярском государственном аграрном университете 5 апреля 2016 г. (секция 10. Современные проблемы и информационные технологии в менеджменте; секция 11. Маркетинг в рекламе и связях с общественностью; секция 13. Гуманитарные науки).

ББК 4

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2016

СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Подсекция 10.1. Стратегическое управление

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ

Гринцак К.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Шапорова З. Е.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Сложившаяся экономическая ситуация в стране, введение санкций и увеличение спроса на местную сельскохозяйственную продукцию привело к росту производства в отрасли. Следствием этого, возникновение проблемы реализации продукции. Данная проблема затронула как крупных сельхозтоваропроизводителей, так и небольшие фермерские хозяйства.

Для решения этой проблемы необходимо развивать сбытовую сеть сельскохозяйственной продукции, которая является одним из важнейших факторов способствующих развитию отрасли в целом.При отсутствии хорошо слаженной сбытовой сети у сельхозтоваропроизводителей могут возникнуть различные трудности при реализации собственной продукции, что может привести к ее потере (гниение, естественная убыль и т.п.).

Хорошо развитая сбытовая сеть предполагает наличие достаточных мест торговли для сельхозпроизводителей. Для этого по всей стране открываются специализированные сельскохозяйственные рынки для продажи местной фермерской продукции.[1]

Продажа на специализированном рынке позволит, не только в более короткие сроки находить потребителей, но и приобретать продукцию напрямую от производителя. Правильно оборудованные помещения, с учетом особенностей хранения сельскохозяйственной продукции, позволят избежать в период реализации, потерь полученной продукции, а соответственно и избежать финансовых потерь. [2].

Так, например, в Петербурге открыто 16 таких рынков, которые специализируются на реализации сельхозпродукции и предоставляющих торговые места в основном индивидуальным предпринимателям и местным фермерам. В городе Череповце успешно функционирует рынок сельскохозяйственной продукции, для местных товаропроизводителей арендная плата была установлена минимальная, что хорошо отразилось на стоимости продукции.

В Республике Хакасия в настоящий момент открылся первый сельскохозяйственный рынок. Было построено помещение общей площадью 2200м^2, в т.ч. торговый зал – 1800м^2, вмещающий одновременно 200 торговых мест для сельхозпроизводителей. Созданы благоприятные условия для реализации и хранения всех видов сельскохозяйственной продукции (мясо, молоко и молочные продукты, рыба, фрукты, овощи). Помещения оборудовано современной системой вентиляции, системами поддержания необходимой температуры и влажности, холодильными установками, витринами. Кроме того, для контроля качества продукции и удобства производителей на территории рынка действуют ветеринарные пункты с лабораториями. На территории рынка осуществляется реализация свыше 30 видов товара. В первую очередь места для продажи предоставляются местным сельскохозяйственным товаропроизводителям [3].

Открытие рынка позволило:

1. Создать благоприятные условия для сбыта продукции республиканских сельскохозяйственных производителей.
2. Исключить посредников между сельскохозяйственными производителями и потребителями продукции, что позволяет повысить доходы производителей, а соответственно и повысить налоговые отчисления.

Например, на сегодняшний день прием мяса КРС перерабатывающими предприятиями у сельхозтоваропроизводителей осуществляется по цене 160 руб. за 1 кг., при этом розничная цена за 1 кг на сельскохозяйственном рынке составляет не менее 250 руб, получается существенная разница- 90 рублей или 36%. В то время, как в другой розничной сети стоимость 1 кг говядины составляет свыше 300 рублей.Таким образом развитие такого рынка выгодно как для сельхозтоваропроизводителей так и потребителей.

3. Обеспечить население Республики Хакасия качественной сельскохозяйственной продукцией.
4. Снизить вероятности образования стихийных рынков на территории г. Абакана.
5. Снизить розничную цену на продукцию.

Так же на сегодняшний день в Республики Хакасия в число приоритетных задач экономической политики входит развитие агропромышленного комплекса. Основы формирования единой государственной политики в области развития агропромышленного комплекса Республики Хакасия построены на подчинении всех мероприятий конкретным целям и задачам.

В 2012году подготовлена и принята Долгосрочная республиканская целевая программа «Развитие АПК Республики Хакасия и социальной сферы на селе на 2013-2020 годы».

Задачи:

1.стимулирование развития отраслей сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Республики Хакасия;

2.проведение модернизации отраслей животноводства, переработки продукции животноводства, развитие инфраструктуры рынка мяса, мясной продукции, молока, молочной продукции;

3.увеличение объемов производства и переработки основных видов продукции растениеводства;

4.развитие малого бизнеса на селе;

5.создание комфортных условий жизнедеятельности в сельской местности Республики Хакасия;

6.создание условий для устойчивого развития рыбоводства в Республике Хакасия;

7.стимулирование развития садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединений граждан в Республике Хакасия;

8.повышение продуктивности и устойчивости сельскохозяйственного производства и плодородия почв средствами комплексной мелиорации в условиях изменения климата и природных аномалий;

9.исполнение государственных функций и услуг в агропромышленном комплексе Республики Хакасия. [4]

В результате реализации мероприятий государственной программы за последние три года в республике наблюдается:

1) тенденция роста объемов производства основной животноводческой продукции: молока – на 15 тыс. тонн, мяса – на 2 тыс. тонн, рост численности поголовья крупного рогатого скота – на 10 тыс. голов, свиней – на 3 тыс. голов;

2) рост доли растениеводства в общем объеме производства валовой продукции сельского хозяйства на 5%, увеличены посевные площади сельскохозяйственных культур на 47,5 тыс. гектаров, вовлечено в сельскохозяйственный оборот 60 тыс. гектаров неиспользуемых сельскохозяйственных угодий.

Из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что для решения проблемы реализации фермерской продукции на территории Республике Хакасия необходимо совершенствовать и развивать сбытовую сеть, а именно сельскохозяйственный рынок.

Для этого необходимо провести ряд мероприятий, а именно:

1.Открытие нового филиала в городе Саяногорске.

Открытие нового рынка будет способствовать увеличению числа натуральных продуктов и мест для их продажи местными фермерами и товаропроизводителями.

2.Увеличить ассортимент товаров, реализующихся на территории рынка за счет товаров народного промысла (гончарные изделия, посуда и изделия бондарные, изделия щепные, изделия хозяйственные из лозы, мочала, лыка и других природных материалов, изделия художественных промыслов, обувь валяная, изделия меховые и овчинно-шубные).

Представленные на рынке товары народного промысла привлекут дополнительных товаропроизводителей, который хотят продать продукцию собственного производства и соответственно покупателей, желающих купить данную продукцию на прямую от производителя и по более низкой цене.

3. Проведение рекламной компании.

Проведение рекламной компании позволит проинформировать и привлечь новых товаропроизводителей, фермером и покупателей.

4. Поощрения производителей.

Производители самой качественной продукции поощряются дирекцией рынка путем предоставления им бесплатных торговых мест, и отметкой знаком качества «Хакасская марка». Данный логотип будет размещаться на этикетке/упаковке продукции, что позволит выделить данный

товар среди остальных, сделать его более конкурентоспособным. А потребителям данный знак позволит понять, что данный товар является натуральным и качественным.

Список литературы:

1. Ходос Д.В., Шапорова З.Е., Максимова Н.В. Оценка инновационного потенциала сельскохозяйственных организаций. Успехи современной науки и образования. 2015. № 4. С. 27-33.

2. Бизнес – план «Развитие первого в Республике Хакасия республиканского рынка».

3. http://agroinfo.com/xozyajstva/

4.www.invest.r-19.ru.

ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕРАБОТКИ НАВОЗА

Тараносова А.И.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Шапорова З.Е.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящее время у сельхозтоваропроизводителей существует проблема накопления биоотходов, нитратное загрязнение и истощение почв, низкая урожайность, наряду с этим у сельских жителей происходит снижение качества жизни из-за загрязнения территории. В крае проблема утилизации навоза решается накоплением запасов отходов и их компостированием. Отходы свозят в кучи, где они разлагаются под воздействием микроорганизмов - происходит естественная пастеризация, где сорняки теряют всхожесть, а гельминты и патогенные микробы погибают. Данная технология является слишком расточительной - впустую рассеиваются тепло, уходит биогаз, а полученное органическое удобрение теряет до 40% своих свойств [2].

Наряду с этим в мире, в том числе и в России существует и другие способыи методы утилизации биоотходов, но большинство из них являются не эффективными. Усложняет проблему необходимость выполнения законодательных норм по использованию и применению органических удобрений. Это в свою очередь требует продуманного подхода к переработке навоза и его использованию [3].

В Европе и Северной Америке для утилизации отходов животноводства применяются биогазовые технологии. В России для переработки биомассы так же используются биогазовые установки различной мощности. Наиболее широкое распространение получил термофильный режим анаэробной ферментации, требующий меньшие объемы метантенков и обеспечивающий более высокий выход биогаза, а также практически полное уничтожение болезнетворных бактерий, содержащихся в сырье, что важно для получения качественных органических удобрений. Произведенный биогаз используется для сжигания с целью теплоснабжения близлежащих потребителей – фермеров, промышленных теплиц, АПК. С другой стороны, это более энергоемкая технология, имеющая высокую чувствительность к минимальным изменениям температуры. Однако широкому использованию данных установок в производстве препятствует высокая стоимость самого оборудования, а также эксплуатации (содержание баклаборатории для выращивания штаммов микроорганизмов), соответственно их низкая экономическая эффективность [1].

Научно-исследовательская группа по оценке ресурсов из Политехнического Университета в Мадриде предложила эффективное решение для использования навоза - это получение биоугля, материала, полученного после термической обработки отходов посредством пиролиза, является органическим удобрением, которое добавляется непосредственно в почву. Исследование показывает, что биоуголь произведённый из навоза крупного рогатого скота, свиней и кур является органическим удобрением с высоким содержанием питательных веществ, стабилизированным органическим материалом и потенциалом высокого катионного обмена. Результаты показывают, что пиролиз навозных отходов имеет другие дополнительные экологические преимущества, такие как снижение выщелачивания питательных веществ в почве и уменьшение объёма отходов, удаление запаха и патогенных организмов из исходного материала [4]. Так же, благодаря нововведению получаем адсорбент. **Адсорбенты** — регулируют водный баланс почв.

Стоимость оборудования для переработки биоотходов зависит от объемов и составляет примерно 20 млн. рублей, в то время как стоимость биогазоустановки - 100 млн.рублей. Так же биогазоустановки зависят от баклаборатории, имеют высокую чувствительность к перепадам температуры. Продукт, произведенный по новой технологии на выходе – мультифункциональный.Биоуголь может использоваться не только для промышленного применения (отопление животноводческих ферм, теплиц и т.д.), а также для потребительских котлов и печей (сфера ЖКХ). На данном производстве появятся дополнительные рабочие места. Таким образом, использование удобрения полученного при данной технологии открывает возможности для

естественного повышения плодородия почвы и увеличения урожайности сельскохозяйственных культур, а биоуголь может привести к снижению стоимости услуг ЖКХ. Соответственно данная технология не только экологически безопасна, но и имеет социальный и экономический эффект.

Объектом исследования является ЗАО АПХ «АгроЯрск». Предприятие представляет собой крупномасшабное производство (30 тысяч гектаров посевных площадей), 4500 голов крупнорогатого скота. На предприятии имеется полный технологический цикл производства, переработки и реализации, а так же разноплановое сельскохозяйственное производство.

Благодаря внедрению в сельскохозяйственное производство инновационной технологии для получения мультифункционального продукта (удобрение, адсорбент, биоуголь) предприятие может превратить отходы в дополнительные доходы.

Преимущества данной технологии:

1) Организация безотходного производства;

2) Комплексная переработка сырья с использованием всех компонентов;

3) Сокращение техногенной нагрузки на агроценоз за счёт сохранения органического компонента и устранения вредоносных штаммов без нарушения экологического равновесия.

4) Существенно снижение выбросов СО2 по сравнению с непосредственным применением навозных отходов на поверхности почвы.

В результате полученный биоуголь - экологически чистый продукт обладает рядом уникальных потребительских свойств:

- Легкость в разжигании;
- Горит в три раза дольше традиционного древесного угля;
- Легок в переноске — упакован в коробку или пакет, которые удобно хранить и перевозить.
- Не содержит добавок, наполнителей и других посторонних веществ;
- Температура горения в два раза больше;
- Практически не оставляет золы (зольность менее 18%);
- Отсутствует запах при горении;
- Нет искр или пламени, не возгорается от капающего жира.

Внедрение данной технологии приведет к повышению качества жизни за счет очистки и благоустройства территории.

Список литературы:

1. Зинина О.В., Шапорова З.Е.Альтернативные виды топлива и их эффективность Инновационная наука. 2016. № 2-1 (14). С. 125-127
2. http://www.mcx.ru (дата обращения: 13.03.2016г)
3. http://www.mgau.ru/file_article/Vestni(дата обращения 14.03.16г)
4.http://www.ecoindustry.ru/news/view/43353.html(дата обращения 22.03.16г)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ЛИДЕРСТВА

Марусич А.А.

Научный руководитель: д.э.н, профессор Якимова Л.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Культура лидерства играет особую роль в каждой организации. Желание занимать лидирующую должность или просто быть тем сотрудником, к мнению которого прислушивается большинство, заставляет человека развиваться, искать новые способы для достижения поставленных целей, подобные стремления благотворно влияют на деятельность организации в целом.

Прогресс, конкурентоспособность предприятия во многом зависят от личностных качеств сотрудников, трудящихся на тех или иных должностях, и от стремления этих сотрудников стать лучше, как профессионал, занять должность выше и интереснее. Это стимул, который заставляет личность развиваться, осваивая новое, и проявлять инициативу. Для организации важно поддерживать сотрудников в их стремлении к развитию, всячески стимулировать и создавать благоприятную обстановку для "здоровой" конкуренции. Эффективно проводить тренинги, обучения, либо планерки, на которых каждый сотрудник сможет почерпнуть что-то важное для своего развития.

Лидеры основные носители организационных ценностей и разработчики стратегии предприятия. От лидера зависит успех деятельности организации, определяемый тем, насколько верно стратегически мыслит лидер, насколько успешно он предугадает перспективы развития

бизнеса и сумеет вложить глубокую национальную, а затем межнациональную идею в развитии культуры компании.

В самом общем смысле лидерство выполняет ряд действий в организации, каждое действие напрямую влияет на конкурентное преимущество предприятия. Основные функции лидерства:

Планирование. Поиск всей доступной информации для определения задач и целей организации или отдельной группы. Грамотное планирование - это первый залог успеха в любом начинании, и от лидера в данном случае зависит правильный подбор профессионалов, а также необходимой информации.

Инициация. Инструктаж группы, распределение задач; установка стандартов группы. При решении любой задачи, необходимо четкое понимание того, как должна работать система, и тот, кто берет на себя ответственность в организации работы, должен уметь донести до каждого, что именно от него требуется.

Контроль. Поддержка стандартов, обеспечение прогресса; принятия решений [1]. Умение контролировать процесс, стимулировать и ориентироваться при возникновении непредвиденных ситуаций является отличительной чертой лидера. Организация, в которой каждый процесс находится под присмотром опытных сотрудников, которые в любой момент могут скоординироваться и изменить тактику, либо дополнить ее, более конкурентоспособна на рынке.

Поддержка. Выражение признания индивидуального вклада; поощрения, создание духа товарищества, уменьшение напряженности с помощью юмора[2]. Любой процесс в организации должен протекать гармонично, не создавая напряженной обстановки, даже если ситуация выходит из под контроля. При любых условиях человек, который занимает лидирующее положение, должен уметь сохранять внутренне спокойствие, а также поддерживать свой коллектив. Дружная, слаженная команда, которая готова действовать, не смотря ни на что, которая готова добиваться поставленных целей, поддерживая друг друга, позволяет своей организации прогрессировать и набирать конкурентные преимущества намного быстрее, по сравнению с организациями, в которых в погоне за результатом, забывают о моральных качествах.

Информирование. Разъяснение задач и планов; постоянное информирование группы; подведения итогов идей и предложений. Любая работа - это непрерывный процесс идей, череда изменений и дополнений, и результат проделанной работы будет зависеть от того, насколько быстро сотрудники смогут адаптироваться к сложившимся ситуациям.

Оценивание. Проверка выполнимости идей, испытания возможных последствий; оценки производительности группы, помощь группе в самооценке.

Совокупное использование в работе данных методов позволяют организации повышать свою конкурентоспособность на рынке.

Список литературы:

1.Шалагинова, Л. В. Психология лидерства/ Л. В. Шалагинова. – СПб.:2011. – 5 с.

2. Морозов, А. В. Деловая психология: учебник/ А.В. Морозов.- СПб.:2012.- 548 с.

ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Жемчугова К.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Лобков К.Ю.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современных условиях успешная деятельность предприятий АПК невозможна без инноваций и инвестиций. Венчурный капитал является важнейшим источником формирования инновационного потенциала, увеличения предпринимательской активности и получения прибыли. Развитие малого бизнеса в сфере инноваций связано с высоким риском финансирования НИР и ОКР и инвестиций в создание новых предприятий. Экономическая значимость частных инвесторов венчурного капитала, другими словами «бизнес-ангелов», проявляется в поддержке венчурных компаний на ранних стадиях их развития, в динамике финансирования, направленного в инвестирование акционерного капитала, кредитных ресурсов или их комбинацию.

Значение венчурного капитала для инновационного развития экономики обусловлено следующими факторами [1]:

Во-первых, венчурный бизнес играет роль вехи, отмечающей наиболее перспективные направления технологического развития. Привлечение венчурного капитала служит сигнал ом для банков, крупных корпораций, государства, о возможности получения высокой доходности от

объектов инвестирования. Таким образом, происходит перераспределение совокупного капитала в пользу наиболее перспективных отраслей экономики (технологий).

Во-вторых, венчурный капитал стимулирует конкуренцию, подталкивая корпорации к увеличению инновационной активности. Это, в конечном счете, повышает инновационную способность и конкурентоспособность экономики в целом.

В-третьих, венчурный бизнес формирует (особенно в условиях переходной экономики, на развивающихся рынках) новые представления о ценностях и деловой этике, новые модели организации деятельности. Возрастает значение личной инициативы, творчества. Особое значение приобретает мотивация на начальных стадиях, не связанных с получением прибыли. Примером таких новых моделей организации бизнеса служит внутренний венчур в корпорациях, который будет рассмотрен в других разделах.

В четвертых, создается инвестиционный механизм, адекватный потребностям быстрого развития на базе революционных изменений в технологии. Этот механизм, несмотря на свою сложность, обладает необходимой гибкостью, чтобы быстро реагировать на инновации.

Одной из важнейших функций венчурного финансирования является поддержка малых инновационных предприятий на начальном этапе их деятельности. Венчурное финансирование заключается в долгосрочных (на 5-7 лет) инвестициях в акционерный капитал вновь создаваемых или действующих малых инновационных предприятий.

Зарубежная практика показывает, что наиболее эффективными формами организации венчурного финансирования инновационной деятельности являются:

- прямые инвестиции, которые увеличивают как риск, так и прибыль при успешном исходе;
- совместные инвестиции крупных инновационных проектов, которые делают минимальным риск участников, но также и уменьшают личную прибыль каждого инвестора;
- учреждение венчурного фонда, распределяющего риск между большим количеством вкладчиков, увеличивающего надёжность средств за счёт уменьшения размера доли конкретного инвестора и управления инновационными проектами специалистами венчурного капиталовложения.

В настоящий момент усиливается роль государства в развитии инфраструктуры и поддержке малых инновационных компаний. Основной интерес государства в продвижении венчурного финансирования состоит в том, что венчурный капитал решает сразу две задачи: поддерживает развитие инновационного сектора экономики и внедряет инновационные технологии в производственные процессы страны, а переход к экономике, основанной на производстве интеллектуального капитала, является приоритетом для государства.

В 2011 году величина накопленной капитализации фондов, работающих на территории России, продемонстрировала рост и составила около 20,1 млрд. долл., что примерно на 20% больше, чем в 2010 году (16,8 млрд. долл.). Таким образом, динамика прироста увеличилась по сравнению с предыдущим отчетным периодом (10,5% в 2010 году). Тем не менее, относительные темпы прироста не достигли от наблюдавшихся в докризисный период (в 2008 году прирост капиталов составлял примерно 40% по сравнению с 2007 годом, а в 2007 году – около 60% по сравнению с 2006) [2].

В целях развития инвестиционной активности по главным направлениям и развития инфраструктуры технологического бизнеса в 2010 году были разработаны концепции и в настоящее время запущены следующие фонды: «БиоФонд РВК» - биофармацевтический кластерный фонд; «ИнфраФонд РВК» - фонд инфраструктурных инвестиций. Инфраструктуру развития венчурного предпринимательства в России сегодня можно считать уже достаточно развитой, она включает в себя: Всероссийский инновационный фонд, Российскую венчурную компанию, Российскую корпорацию нанотехнологий, федеральные и региональные венчурные ярмарки, систему консультационных центров. Реализуется бюджетная программа поддержки малых предприятий, в том числе венчурных проектов. Однако, по некоторым оценкам, ежегодные венчурные инвестиции в России не превышают 0,01-0,02% ВВП, по сравнению с 0,08% ВВП в Польше, в Корее – 0,28%, а в США – 0,48%, что говорит о начальной стадии становления венчурного предпринимательства в РФ. В целях развития венчурного бизнеса необходимо продолжить развитие технопарков, бизнес-инкубаторов, фондового рынка, электронных бирж; расширение деятельности академических институтов, вузов, консалтинговых и информационных фирм, венчурных ярмарок и выставок [3].

Анализируя состояние венчурного финансирования в экономике России, можно утверждать, что, несмотря на увеличение объемов венчурных вложений в последние годы, значительный научно-технический потенциал в сфере технологий и интеллектуальный потенциал, существуют факторы,

ограничивающие развитие венчурного предпринимательства в России. К ним можно отнести: правовая и экономическая среда не стимулируют учреждение венчурных фондов в РФ, практически отсутствуют нормативные правовые акты, обеспечивающие функционирование венчурного финансирования малого инновационного бизнеса; приоритет на развитие малого и среднего бизнеса отсутствует; недостаток отечественных инвестиционных ресурсов (российские банки, пенсионные фонды, страховые организации не участвуют в работе венчурных компаний) и, как следствие, слабое формирование российского инвестиционного портфеля; использование преимущественно иностранного венчурного капитала при минимальном участии российского, что резко снижает привлекательность данной сферы для зарубежных инвесторов; неэффективное использование средств венчурных фондов; неразвитость инфраструктуры, способной обеспечить эффективное сотрудничество субъектов венчурной индустрии и малых инновационных фирм, появление новых и развитие действующих малых и средних инновационных предприятий; отсутствие экономических стимулов для привлечения прямых инвестиций в предприятия высокотехнологичного сектора, обеспечивающих приемлемый риск для венчурных инвесторов, отсутствие гибкой системы налогообложения венчурного бизнеса; отсутствие квалифицированного менеджмента, недостаточное количество квалифицированных управляющих венчурными фондами; низкая прозрачность российского рынка интеллектуального капитала и отечественных предприятий для венчурных инвесторов, что приводит к значительным трудностям с поиском предприятий-реципиентов и инновационных проектов под венчурные инвестиции.

Государственная поддержка венчурного предпринимательства в России должна проводиться по следующим направлениям: нормативно-правовое регулирование научно-технической, инновационной и венчурной деятельности; решение правовых проблем интеллектуальной собственности, системы льгот и мотивации труда; создание и поддержка экономических условий и стимулов развития венчурного предпринимательства посредством развития системы госзаказа, совершенствованием планирования научно-технического развития, эффективных финансово-кредитных рычагов и др. формирование организационно-управленческих условий венчурной индустрии посредством совершенствования управления государственной собственностью.

В заключении, следует отметить, что венчурное финансирование является механизмом, обеспечивающим инновационное развитие национальной экономики. Для решения основных проблем венчурного предпринимательства необходима активная государственная политика.

Список литературы:

1. Венчурный менеджмент. Рогова Е.М., Фияксель Э.А., Ткаченко Е.А. Учебное пособие. 2011. – 500 с.
2. Обзор рынка. Прямые и венчурные инвестиции в России 2010. – СПб.: «Феникс», 2011. – 176 с.
3. Обзор рынка. Прямые и венчурные инвестиции в России 2011. – СПб., 2012. – 100 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЗАО «ИСКРА»

Липская М.В. , Дорожкина В.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Шапорова З.Е., Максимова Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Совершенствование стратегии развития сельскохозяйственного предприятия является важным резервом повышения его эффективности. Опыт многих сельскохозяйственных предприятий подтверждает, что там, где руководители и специалисты постоянно занимаются совершенствованием своей деятельности, трудовые коллективы под их руководством обеспечивают постоянный рост производства продукции сельского хозяйства, производительности труда, экономии средств и повышения рентабельности всех отраслей. Необходимость совершенствования стратегии развития обусловлена также происходящими количественными и качественными изменениями в условиях производственно - хозяйственной деятельности.

Целью данной работы определение направления развития ЗАО «Искра» путем разработки и внедрения новой продукции.

Закрытое акционерное общество «Искра» создано в соответствии с Гражданским Кодексом РФ и Федеральным законом «Об акционерных обществах» в 1992 году.

Хозяйство занимается производством, переработкой и реализацией сельскохозяйственной продукции, выращенной на полях и фермах хозяйства. В хозяйстве имеются: цех по переработке мяса, колбасный цех, молочный цех, сырный цех, рыбный цех, хлебопекарня, кондитерский цех.

Продукция реализуется через сеть своих магазинов: в г.Красноярске, Ужуре, Ачинске, Назарово, Шарыпово, дорожное кафе.

В хозяйстве построены две молочные фермы с импортным оборудованием. Все процессы производства автоматизированы.

Предприятие ежегодно пользуется кредитами на приобретение техники, ГСМ, минеральных удобрений. ЗАО «Искра» является одним из ведущих сельскохозяйственных предприятий не только Ужурского района, но и Красноярского края. Компания традиционно занимает лидерские позиции в своей отрасли, проводит реструктуризацию и быстро реагирует на изменения рынка продукции.

Используя инструменты стратегического планирования, был проведен анализ внутренней и внешней среды организации. С помощью SWOT- анализа были выделены сильные и слабые стороны предприятия, а так же возможности и угрозы внешней среды для определения стратегических решений развития.

Таблица 1 – SWOT-анализ предприятия ЗАО «Искра»

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	• Широкий ассортимент продукции, расширение специализации • Прием нереализованной продукции от оптовых покупателей, т.к. есть возможность переработки или вторичного использования • Эффективный менеджмент • Доверие покупателей • Низкая себестоимость продукции • Высокое качество продукции	• Неэффективная маркетинговая политика • Плохие условия для длительного хранения произведенной продукции • Нехватка ресурсов для модернизации •
	Возможности	Угрозы
Внешняя среда	• Гашение процентов по кредитам федеральными и краевыми органами • Уход с рынка зарубежных производителей • Увеличение спроса на местную продукцию • Получение краевых и федеральных субсидий	• Появление новых конкурентов • Стихийные бедствия • Повышение цен на ресурсы • Угрозы эпидемии животных

Из проведенного SWOT-анализа можно сделать выводы о том, что ЗАО «Искра» имеет ряд сильных сторон, выгодно отличающих его от конкурентов. Самые главные из них - низкая себестоимость продукции, доверие покупателей, полученное благодаря качеству продукции.

Наряду с конкурентными преимуществами предприятие имеет и узкие места, такие как - недостаточно эффективный маркетинг, который выражается в небольшом обхвате рынка; в крупных торговых сетях, где большое количество потребителей, продукция предприятия не представлена.

У предприятия существуют возможности, которые могут способствовать усилению позиции организации на рынке. На сегодняшний день существуют различные программы поддержки сельхозтоваропроизводителей, а также программы погашения процентов по кредитам за счет федерального и краевого бюджета. Для формирования конкурентных преимуществ и дальнейшего развития предприятия необходимо развивать новые направления деятельности, условия для этого в данный период самые подходящие.

Используя матрицу БКГ, приходим к выводу, что большинство товаров ЗАО «Искра» попадают в группу «Звезды» и «Дойные коровы». То есть, большая часть товаров находится на лидирующих позициях и является генераторами прибыли. Но дальнейший рост таких товаров

практически невозможен, а значит, требует усовершенствования или выпуска новой продукции. Предлагаем открыть на данном предприятии новое бизнес-направление - перепеловодство.

Особенностью современного этапа развития российского птицеводства является актуальность максимального обеспечения населения страны пищевым яйцом и мясом птицы отечественного производства. Это необходимо для решения проблемы продовольственной безопасности страны, удовлетворения потребности населения в продуктах питания отрасли и улучшения материального благосостояния людей. В системе видового состава птицеводческой продукции в мире особым спросом стала пользоваться продукция перепеловодческой отрасли, что вызвано высокими вкусовыми качествами яиц и мяса. Востребованность данной продукции на региональном рынке увеличивается с каждым годом на 5-10%.

Поэтому, предлагаемое нами направление развития будет актуальным для ЗАО «Искра», что позволит расширить ассортимент продукции предприятия, а также принесет значительный доход.

Список литературы

1) Аналоуи, Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий : учебник / А. Карами, Ф. Аналоуи .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— (Зарубежный учебник) .— Пер. с англ. - ISBN 1-86152-962-7 (англ.). - ISBN 5-238-00865-1 (русск.) .— ISBN 978-1-86152-962-7 (англ.) .— ISBN 978-5-238-00865-1 (русск.)

2) Гарейшин, Р.З. Стратегический менеджмент / Р.З. Гарейшин .— М. : ГАОУ ВПО МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича, 2012

3) Курлыкова, А. В. Методы стратегического менеджмента : метод. указания к выполнению курсовой работы / А. В. Курлыкова .— Оренбург : ГОУ ОГУ, 2011

4) Дмитриев А.А. Особенности факторинговых операций на предприятиях в современных условиях Вестн. Алт. гос. аграр. ун-та, 2015; 2015 N 6. - С. 177-182; 2015

5) http://my.krskstate.ru

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ОАО ПТИЦЕФАБРИКА «ЗАРЯ»

Папаяни Л.Н.

Научный руководитель: к.э.н. доцент Шапорова З.Е.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

ОАО Птицефабрика «Заря» образовалось на базе птицефермы Емельяновского совхоза в январе 1960 года и является градообразующим предприятием ПГТ Емельяново Красноярского края. Основной вид деятельности — производство куриных яиц и мяса птицы. Куры кросса Хайсекс белый (Хайсекс Уайт) завезены из Голландии, на сегодняшний день эта порода считается одной из самых яйценоских.

Анализируя финансовую отчетность птицефабрики «Заря» следует отметить, что 2014 год был убыточным для предприятия, против чистой прибыли в 1670 тыс. руб. годом ранее. На финансовое состояние предприятие существенно влияет дебиторская и кредиторская задолженность. По состоянию на конец 2014 года дебиторская задолженность составила 74554 тыс. руб., а кредиторская 1585143тыс.руб. соответственно. Дебиторская задолженность растет из года в год, в то время как объем продаж в 2014 году увеличился на 4680 тыс.руб. Основной причиной на мой взгляд является то, что птицефабрика реализует свою продукцию не напрямую , а через посредников, поэтому в крупных торговых сетях где представлена данная продукция, цена выше по сравнению с конкурентами.

Таблица 1 – Анализ цен на яйцо в торговых сетях г. Красноярска

Птицефабрики	Цена за 10 шт.отборных яиц , руб			
	О’кей	Лента	Красный Яр	Командор
Бархотовская (Бархотово)	63	63	-	65
Инская (Кемерово)	68	67,5	68	-
Заря (Емельяново)	70	72	70	70

Проанализировав данные таблицы можно сделать вывод, что у продукции птицефабрики «Заря» цены выше чем у других производителей наиболее представленных в г. Красноярске.

Для решения данной проблемы и улучшения финансового состояния ОАО птицефабрики «Заря» можно предложить – стратегию развития рынка. Предполагаемыми рынками для данной

продукции могут стать рынки Дальневосточного региона, а также международный рынок - Монголия.

В январе-феврале 2016 года птицефабрика поставила 2 пробных партии в объеме 604800 тыс. штук в Улан-Батор через международный пункт пропуска «Кяхта» в республике Бурятия. Партии были успешно реализованы. Средняя цена реализации составила 150 рублей за десяток. При отпускной цене яйца 42 рубля за десяток, прибыль составит 108 рублей или 72%. Всего в этом году ОАО Птицефабрика «Заря» планирует экспортировать в Монголию 12 млн. штук яиц, что может обеспечить доход в размере 129600 млн.руб.

В таких условиях предприятие должно сосредоточиться на развитии своего товара на новом рынке.

Второе направление развития птицефабрики - это использование нулевого канала распределения, т. е. напрямую поставлять свою продукцию в торговые сети, минуя посредников, что приведет к снижению реализационной цены.

При поставке продукции без посредников при 30% торговой наценке, цена реализации будет составлять 54-55 руб за десяток, это ниже, чем у конкурентов на 20%. А так как жизненный уровень населения за последний период снизился, товар будет успешно реализовываться, что в свою очередь так же приведёт к увеличению дохода птицефабрики.

Для формирования конкурентных преимуществ и удобства покупателей, предлагаю предприятию усовершенствовать упаковку товара, а также изменить количество единиц в одной упаковке, предложить расфасовку по 5 шт. и по 15 шт.

В целом намеченные мероприятия должны принести дополнительный финансовый успех птицефабрике.

Такой подход к реализации позволит ОАО Птицефабрике "Заря" развиваться более уверенно, и даст возможность расширять производство. Поэтому кроме экономического эффекта, данные мероприятия будут иметь и социальный эффект - это дополнительные рабочие места, что немаловажно в настоящее время.

Список литературы:

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. / 2011 год
2. Мумладзе Р.Г. Менеджмент в агропромышленном комплексе / 2011 год
3. Харченко В.Л. Стратегический менеджмент / 2012 год
4. Журнал «Агро Сибирь» №62 Ноябрь 2011 год
5. Бухгалтерская отчетность 2014 год

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА «ЗАРЯ»»

Папаяни Л.Н.

Научный руководитель: Максимова Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

ОАО «Птицефабрика «Заря» является градообразующим предприятием поселка Емельяново, расположенного под г. Красноярском. Основной вид деятельности — производство куриных яиц и мяса птицы. Также хозяйство занимается растениеводством, производством корма для птиц. Кроме того, котельная предприятия снабжает поселок Емельяново теплом.

Птицефабрика «Заря» образовалась на базе птицефермы Емельяновского совхоза в январе 1960 г. Первым руководителем птицефабрики, который вывел предприятие в лидеры краевого и федерального значения, помог с честью пережить кризис1990-хгг., а затем создал современное успешное предприятие, был Б. М. Куропаткин. Под его руководством фабрика по своим производственным показателям входила в первую десятку птицефабрик России. С 2005 года директор – Исаев Игорь Валерьевич [2]/

На сегодняшний момент, стратегическое планирование деятельности предприятия является важным управленческим инструментом, способствующим высокоэффективному развитию. Также немаловажным фактором развития организации является достаточность финансовых ресурсов для осуществления текущей деятельности. На наш взгляд, для разработки наиболее обоснованной и точной стратегии ОАО «Птицефабрика «Заря»» в первую очередь, необходимо провести комплексный финансовый анализ деятельности предприятия. Для этого воспользуемся методикой, предложенной Абрютиной М.С. (таблица 1).

В таблице 1 представлены экономические активы ОАО «Птицефабрика «Заря»». Для дальнейшего расчета финансовых показателей необходимо воспользоваться таблицей 2.

Пользуясь схемой 75 динамических ситуаций ФЭУ, приходим к выводу, что наше предприятие попадает в негативные ситуации (блок №6, т.к. ΔСК>0>ΔИ, число ситуаций в этом ранге 7). Ранг 23.

Птицефабрика «Заря» в конце отчетного периода находится в зоне напряженности, в которой оно находилось и в начале отчетного периода. Динамика выразилась в том, что напряженность ослабла, это находит подтверждение в положительном значении приростного индикатора ФЭУ (ΔИ = -36597 тыс.руб., см. табл. 7). Тем не менее, совместная оценка статики и динамики невысока — ранг 23; учитывается, что в течение всего отчетного периода предприятие находилось в неустойчивом положении. Из 33 рангов по нисходящей, это первый ранг, который характеризуется отсутствием устойчивости с начала и до конца периода. В данном случае важен тот момент, что наметилось движение в сторону устойчивости [1].

Таблица 1 - Экономические активы предприятия

Показатель	Формула	Номер счета	Сумма, тыс.руб
Экономические активы	ЭА=НА+ФА	1110+1240	0
Финансовые активы	ФА=МФА+НМФА	(1300-1210)+1170	-419609
Нефинансовые активы	НА=НЛНА+ЛНА	(2400-1170)+1210	424270
Мобильные финансовые активы (денежные средства и платежные документы)	МФА	1250	10181
Немобильные финансовые активы (финансовые вложения и средства в расчетах)	НМФА	1170+1220+1230+1240+1260	74554
Ликвидные нефинансовые активы	ЛНА	1210	454437
Неликвидные нефинансовые (долгосрочные) активы (основные средства и нематериальные активы)	НЛНА	2400-2200	-30167
Немобильные финансовые и ликвидные нефинансовые активы	НМЛА=НМФА+ЛНА		528991
Мобильные активы	МФА	1250	10181
Немобильные активы	НМА=НМЛА+НЛНА	1600-1250	1741469
Ликвидные активы	ЛА=МФА+НМЛА	1250+(2400-2200)	-19986
Неликвидные активы	НЛНА	2400-1170	-30167

Из положительных признаков на конец отчетного периода предприятие имеет, находясь в зоне напряженности, безусловную ликвидность, т.е. потенциальную платежеспособность и относительную безопасность. Все это, вместе взятое, позволяет говорить о практически допустимой неустойчивости. Самое главноеимеется реальный шанс, при соблюдении ряда условий, улучшить финансово-экономическое положение, т.к. основные средства обеспечены собственным капиталом.

Финансовых активов не хватает, чтобы покрыть все обязательства. Поэтому оставшаяся часть обязательств покрывается нефинансовыми активами (запасами и незавершенным производством). Такое комбинированное покрытие свидетельствует лишь о потенциальной платежеспособности. Это означает, что предприятие может расплатиться со всеми своими кредитами, если и не по первому требованию, то через приемлемый промежуток времени, и, главное, в полном объеме.

Производственный потенциал, который не обеспечиваетсяпо условиям зоны напряженности — собственным капиталом, включает основные средства и запасы суммарно.

Если при этом сумма всех ликвидных активов превышает обязательства, то образуется резерв (в размере превышения), который страхует предприятие. Если все ликвидные активы суммарно равны обязательствам, то предприятие балансирует на грани риска, но еще не вступает в эту зону.

И в том и в другом случае, наряду с напряженностью, сохраняется относительная безопасность.

Чтобы не войти в зону риска, предприятие должно отслеживать движение собственного капитала. При прочих равных условиях, его снижение не должно быть глубже чем (Ик,) руб.

Чтобы приобрести хотя бы минимальную устойчивость, т.е. чтобы восстановить равновесие, необходимо и достаточно увеличить собственный капитал, имевшийся на конец отчетного периода, при прочих равных условиях, на Ик, руб.

Таким образом, руководство ЗАО «Птицефабрика «Заря»» может использовать результаты финансового анализа для планирования стратегии развития предприятия.

Список литературы:

1. Экспресс-анализ финансовой отчетности. Абрютина М.С. М.: 2003. — 256 с.
2. Журнал «Агро Сибирь» №62 Ноябрь 2011 года

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА «МОЙ ГОРЯЩИЙ ТУР! »

Ударцева Л.А.

Научный руководитель: д.э.н., профессор Ерыгина Л. В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современном менеджменте туристических фирм все большее значение приобретают мотивационные аспекты. Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала.

Основная цель процесса мотивации - это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия.

«Мой горящий тур!» это сеть туристических агентств по России. На предприятие «Мой горящий тур!» имеется, на мой взгляд, очень хорошая мотивирующая система, рассмотрим подробно, как мотивирует руководитель организации своих сотрудников.

Руководство ставит каждый месяц планы по продажам, на каждого сотрудника, исходя из опыта, сезона и т.д. и общий план на офис.

Система мотивации трудовой деятельности работников "Мой горящий тур!" включает в себя как материальное, так и нематериальное вознаграждение.[2]

Одним из главных составляющих материальной мотивации выступает заработная плата, начисляемая в соответствии с тарифной системой оплаты труда, а также премирование согласно Положению о премировании работников "Мой горящий тур!".

Система оплаты должна создавать у людей чувство уверенности и защищенности, включать действенные средства стимулирования и мотивации, обеспечивать процесс воспроизводства затраченной энергии (восстановления работников).[1]

Помимо заработной платы к должностным окладам работников установлены следующие доплаты, рассмотрим мотивационную политику для должностей зависящих только от стажа в таблице 1.

Таблице 1 – Мотивационная система.

должность (зависит от стажа)	срок работы	привилегии	ИТОГО
специалист по туризму А	с 7-го по 12-ый месяц	Рекламный тур 50\50, премия ко дню рождения 1000 руб., премия к новому году 1000 руб.	10000р+16%+акции+бонус за макс.общий план (до 10000р)
специалист по туризму В	2-ой год	Рекламный тур 60\40, премия ко дню рождения 2000 руб., премия к новому году 2000 руб., приоритет в датах отпуска, выходной в свой день рождения.	10000р+19%+акции+бонус за макс.общий план (до 10000р)

Как мы видим, на предприятии «Мой горящий тур!» довольно грамотно составлена система мотивации, позволяющая развиваться и стремиться сотруднику, и приносить максимальную прибыль предприятию.

В организации «Мой горящий тур!» существуют обязательные требования, за добросовестное выполнение которых начисляется премия в процентах, в дополнение к базовым 7%, такие как ежедневное обновление сайта, своевременная обработка заявок и т.д.

Мотивационная система в организации «Мой горящий тур!» появилась относительно недавно, еще в прошлом году она не функционировала.

В феврале прошлого года туристическое агентство «Мой горящий тур!» предлагало своим сотрудникам оклад в размере 10000 руб., и 10% процентов от продажи тура, ни премии, ни дополнительные бонусы не предусматривались. Предоставлялось обучение за счет компании (рекламные туры), повышение зависело только от стажа работы.

Рассмотрим, как повлияла созданная система мотивации на примере конкретного сотрудника. Ольга Пучко: в феврале 2015 году, продала туристических услуг на сумму 91239 рублей из поставленного плана в 95000 руб., а в 2016 году тем же сотрудником было продано уже на 144 430 рублей из 120 000 рублей. Таким образом, замотивированный сотрудник выполняет план значительно выше.

В результате проведенного анализа, выяснилось, что большое значение имеют, как материальные, так и нематериальные факторы мотивации. Для одних сотрудников это финансовые вознаграждения, условия труда, комфорт. Для других это больше психологическая атмосфера в коллективе, признание со стороны руководства. В итоге делаем вывод, что для каждого уровня управления нужен свой подход.

Список литературы:

1. Белкин В., Белкина Н. Мотивы и стимулы труда // Социальная защита.- 2006.- № 7. - Прил.: с. 44-47
2. Блинов А. Мотивация персонала корпоративных структур // Маркетинг.- 2009.- № 1. - С. 88-101.

Статья Р.Ю. Шапоровой «Оценка кадровых рисков в системе стратегического управления организацией» удалена, т.к. является плагиатом.

Авторство опубликованного материала принадлежит Антону Андреевичу Борзунову.

Администрация ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ» приносит глубокие извинения А.А. Борзунову

Оригинальная статья А.А. Борзунова «Методика оценки кадровых рисков в системе обеспечения кадровой безопасности компании» опубликована в научно-аналитическом журнале «Инновации и инвестиции» - 2015 г. -№ 3.-С. 127-129.

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ АПК: СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА

Биндусова А.В.

Научный руководитель: к. э. н., доцент Цветцых А.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Менеджмент качества на предприятии АПК - это составная часть общей системы управления, которая должна обеспечить стабильность качества продукции или услуг и повысить удовлетворенность потребителя. Традиционно принято считать, что система менеджмента качества - это система бизнес-процессов, направленных на управление качеством продукта или услуги организации.

Современные специалисты по менеджменту рассматривают понятие качества в четырех аспектах, которые отражают эволюцию определения понятия качества с развитием не только технологий производства, но и науки по управлению . Еще полвека назад цивилизованный мир считал продукт качественным, если он соответствует стандартам. Однако, с течением времени выяснилось, что этого недостаточно. В дополнение к определению качества добавили, что продукт должен соответствовать потреблению. Логично предположить, что если продукт не будет являться качественным, если он не нужен потребителю, даже не смотря на то, что он соответствует стандартам.

Качество должно соответствовать применению. Наконец, в наши дни качественным называют продукт, если он, ко всему перечисленному, соответствует ожидаемым потребностям потребителя. Товары и услуги, производятся предприятиями для удовлетворения нужд потребителей. Эти нужды и ожидания производителем должны быть сформулированы в четко определенных требованиях – спецификациях. Спецификации – составная часть технических условий. Так вот, если система управления предприятием не отлажена в соответствии со стандартами менеджмента качества, то технические условия часто не могут обеспечить качество в современном его понимании.

Производитель в сельском хозяйстве или в любой другой области должен быть нацелен на постоянное улучшение качества и удовлетворения его потребностей и ожиданий. Формальным подтверждением того, что на предприятии действительно внедрена система менеджмента качества и она соответствует международным стандартам является сертификат на систему менеджмента, выданный независимым органом по сертификации.

Как работает система менеджмента качества на предприятии АПК?

Во-первых, описываются и постоянно корректируются процессы, риски, которые могут привести к сбоям в процессах, и другие элементы системы. При этом главный акцент при описании делается на функции, влияющие на конечный результат и, как следствие, удовлетворенность потребителя. Безусловно, необходимо анализировать и возможные нежелательные выходы процессов и их влияние на конечный результат в системе.

Во-вторых, в работу по улучшению системы менеджмента качества вовлекается весь персонал, каждый на своем уровне.

В-третьих, разрабатывается понятная и прозрачная система управления, которая должна быть связана со стратегией развития компании.

В-четвертых, для улучшения качества менеджмента и продукции, все процессы постоянно совершенствуются.

В-пятых, к решению задач, корректирующим действиям, внедрению улучшений применяют подход, основанный на фактах.

В-шестых, происходит регулярная самооценка и внутренний аудит.

Задачи системы менеджмента качества на предприятии АПК состоят в том, чтобы обеспечить наиболее успешное функционирование промышленного предприятия, а именно:

- постоянное улучшение качества продукции и снижение затрат на обеспечение качества посредством использования цикла, состоящего из: планирования, действия, анализа, корректировки (устранение причин несоответствия, а не просто коррекция полученных результатов);
- создание у потребителей уверенности в отсутствии брака за счет сертификации системы менеджмента качества.

Этапы и порядок внедрения системы менеджмента качества на предприятии АПК:

1. Анализ предприятия - планирование проекта; анализ возможностей для внедрения системы менеджмента качества; создание группы внедрения.
2. Обучение для высшего руководства и группы внедрения.
3. Проектирование системы менеджмента.

4. Внедрение системы менеджмента - обучение и внедрение на месте; подготовка внутренних аудиторов; проведение серии внутренних аудитов.

5. Заключительный аудит системы менеджмента.

6. Сопровождение при сертификации.

7. Пост - проектное сопровождение.

Предприятия АПК имеют ряд отличительных особенностей, как по своей специфике, так и по уровню развития технологий и менеджмента, именно поэтому вопрос внедрения системы менеджмента качества на предприятиях сельскохозяйственной отрасли требует дополнительного внимания и контроля.

Перед тем, как запустить процесс внедрения системы менеджмента качества, необходимо тщательно проанализировать ресурсы предприятия и его возможности. Возможно, возникнут проблемы при определении состава группы ответственных за внедрение системы качества на предприятии, в данном случае необходимо уделить максимум внимания подбору кандидатов. Также важно проводить обучающие тренинги для руководства персонала и группы внедрения, руководство, в свою очередь должны ввести в курс дела весь персонал.

Что даст внедрение системы менеджмента качества на предприятии АПК?

- ресурсы предприятия сконцентрированы на удовлетворении потребностей и ожиданий потребителей;
- происходит оптимизация в системе управления;
- получив сертификат по стандарту системы менеджмента качества, у предприятия больше шансов стать предпочтительным поставщиком для крупных компаний страны, а также компаний международного уровня;
- при правильном внедрении системы менеджмента качества растет конкурентоспособность на рынке.

Развитие системы менеджмента качества в стране позволяет затрагивать работу компаний, которые принимают как прямое, так и косвенное участие в процессе организации сельского хозяйства. Такой подход позволяет создать непрерывную цепочку производства, что, в свою очередь, повышает уровень качества конечной продукции.

Наличие системы менеджмента качества продукции в сельском хозяйстве позволяет потребителям не беспокоиться о безопасности существующих пищевых продуктов, так как соответствие санитарным нормам - это обязательный пункт системы менеджмента качества. А это отличная возможность для российских предприятий АПК выйти на международный уровень, причем не только с точки зрения получения новых потребителей, но с позиции обмена опытом с зарубежными коллегами.

В основе главных сельскохозяйственных практик лежит выполнение ряда принципов, связанных с четырьмя базовыми элементами качественной и безопасной сельскохозяйственной продукции. Элементы системы менеджмента качества на предприятии АПК:

- «Чистая почва» - предполагает, что производитель должен предпринимать шаги по снижению возможностей микробного загрязнения почвы.
- «Чистая вода» - предполагает, что производитель должен предпринимать ряд действий по подготовке и очистке воды. Например, вода, используемая для помывки, приготовления или обработки должна быть питьевого качества.
- «Чистые руки» - реализация этих принципов требует от производителя чтобы выполнялись меры по гигиене в ходе работы в полях и при обработке сельскохозяйственных культур в помещениях (например, после сбора выращенных культур).
- «Чистые поверхности» - означает, что все упаковочные контейнеры, рабочие поверхности, места хранения, транспортные средства и т.п. должны тщательно и регулярно промываться и подвергаться санитарной обработке.

Система менеджмента качества в значительной мере позволила улучшить не только уровень качества сельскохозяйственных предприятий, но и их взаимодействие с окружающей средой. Так, большое внимание стало уделяться снижению возможного микробного загрязнения почвы в ходе посевных работ. Контроль качества также касается воды, которая используется в процессе производства продуктов. Требования касаются и гигиены сотрудников, которые заняты в ходе работы в полях и при обработке сельскохозяйственных культур в помещениях. Наконец, система менеджмента качества в сельском хозяйстве диктует правила по чистоте упаковочных контейнеров, рабочих поверхностей, мест хранения и транспортных средств, участвующих в ходе производства

продукции. Все это позволяет с уверенностью смотреть в будущее и говорить о положительных перспективах развития сельского хозяйства страны.

Список литературы

1. Бахмутская О.Н. Системы качества/ О.Н. Бахмутская -Учебное пособие. М.: 2012.-170с.

2. Чуева С.В. Системы качества в сельском хозяйстве/ С.В. Чуева - Учебное пособие. М.: 2011. -18с.

3. Черезов А.В. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе системы качества / А.В. Черезов - Учебное пособие. М.: 2011.- 288с.

Подсекция 10.2. Теория и практика менеджмента

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ НА ПРИМЕРЕ ООО «РЕСТОР»

Потылицына Н.Е.

Научный руководитель – к. э. н. доцент О. В. Зинина

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современной экономике инновации и инвестиции играют большую роль в развитии предприятий. Новые технологии и виды продукции способствуют укреплению лидерства, обеспечивают эффективное функционирование и конкурентоспособность предприятий.

В настоящее время предприятия испытывают сильную потребность в инвестициях для осуществления программ, связанных с модернизацией производства, внедрением новых технологий, постижением новых видов продукции.

Инвестиции это процесс капиталовложения в денежной, материальной и нематериальной формах в объекты предпринимательской деятельности или финансовые инструменты. С целью получения текущего дохода (прибыли) и обеспечения повышения капитала. Инвестиции являются главной формой, осуществляющей стратегию развития предприятия.

Инвестиционная деятельность в той или иной степени свойственна любому предприятию. Она представляет собой один из более важных аспектов жизнедеятельности любой коммерческой организации. Причинами, обуславливающими необходимость инвестиций, являются обновление существующей материально-технической базы, увеличения объемов производства, овладевание новыми видами деятельности.

Инвестиции обеспечивают активное развитие предприятия и позволяют решать следующие задачи: расширение собственной предпринимательской деятельности за счет накопления финансовых и материальных ресурсов; приобретение новых предприятий; диверсификация (освоение новых областей бизнеса).

Инвестиционные проекты, используемые в процессе составления бюджета капитальных вложений, имеют определенную логику.

Необходимо особо подчеркнуть, что применение методов оценки и анализа проектов предполагает множество используемых прогнозных оценок и расчетов. Множественность определяется как возможность применения ряда критериев, так и разумеется целесообразностью варьирования основными параметрами. Это достигается использованием имитационных моделей в среде электронных таблиц.

Критерии, применяемые в анализе инвестиционной деятельности, можно разделить на две группы в зависимости от того, учитывается или нет временной параметр:

С каждым инвестиционным проектом принято связывать денежный поток (CashFlow), элементы которого представляют собой либо чистые оттоки (NetCashOutflow), либо чистые притоки денежных средств (NetCashInflow). Под чистым оттоком в k-м году понимается превышение текущих денежных расходов по проекту над текущими денежными поступлениями (при обратном соотношении имеет место чистый приток). Денежный поток, в котором притоки следуют за оттоками, называется ординарным. Если притоки и оттоки чередуются, денежный поток называется неординарным.

Чаще всего анализ ведется по годам, хотя это ограничение не считается обязательным. Анализ можно проводить по одинаковым периодам любой продолжительности (месяц, квартал, год и др.). При этом необходимо помнить о сравнимости величин элементов денежного потока, процентной ставки и длины периода.

Предполагается, что все вложения осуществляются в конце года, предшествующего первому году воплощения проекта, хотя они могут осуществляться в течение ряда последующих лет.Приток (отток) денежных средств относится к концу очередного года.

Показатель дисконтирования, используемый для оценки проектов с помощью методов, основанных на дисконтированных оценках, должен соответствовать длине периода, заложенного в основу инвестиционного проекта (например, годовая ставка берется только в том случае, если длина периода - год).

В условиях недостаточной обеспеченности предприятий всевозможными видами ресурсов, особенно финансовыми, процесс инвестирования инновационной деятельности может быть сильно затруднен. Сильная нехватка финансирования требует результативного управления и осмысленной организации как отдельных стадий капиталовложений в инновационную деятельность, так и процесса инвестирования в целом.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что разработка и внедрение инвестиционных проектов дает возможность предприятиям развиваться и повышать эффективность деятельности, сохранять и усиливать конкурентные преимущества на рынке товаров и услуг.

Объектом исследования выступило Общество с ограниченной ответственностью «реСтор», основным видом деятельности которого является реализация компьютеров Apple, комплектующих, аудио и видеотехники через собственную сеть салонов.

Предметом исследования является – инвестиционная деятельность ООО «реСтор».

Целью - разработка инвестиционного проекта для ООО «реСтор».

Общество с ограниченной ответственностью «реСтор» создано путем объединения капитала физических лиц для совместной деятельности в целях получения прибыли.

ООО «реСтор» является коммерческой организацией и руководствуется в своей деятельности Гражданским Кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», другими законами и нормативными актами, Уставом организации и пр.

В установленном действующим Российским законодательством порядке ООО «реСтор» осуществляет розничную торговлю компьютеров Apple, комплектующих, аудио и видеотехники через собственную сеть салонов.

реСтор (re:Store (restore) — это самый крупный официальный представитель Apple в России.

Apple (Эпл) — международная корпорация, специализирующаяся на выпуске компьютеров и электроники высочайшего качества. Знаменитые Macintosh (Макинтош), iPod (айпод) и многое другое было создано за годы существования компании и доведены до совершенства.

ООО «реСтор» предлагает самый полный набор услуг по продаже и обслуживанию устройств Apple. Компания является лидером на рынке продаж Apple и электронных устройств. Осуществляя продажу Apple через самую разветвленную сеть магазинов, ООО «реСтор» предлагает не только высококачественную электронику Apple по ценам, которые курируются производителем, но и сервисное обслуживание продукции Apple, которое включает в себя:

- консультации в магазинах Apple и по телефону единой справочной службы;
- предпродажную и постпродажную подготовку товара специалистами компании по договорам по оказанию сервисных услуг;
- последующее обслуживание.

Миссией предлагаемого к инвестированию сервис-центра является создание в городе высокотехнологического предприятия по сервисному обслуживанию продукции ООО «реСтор», отличающегося отличным качеством предоставляемых услуг, что позволит вывести сервисное обслуживание компании на новый качественный уровень.

Целью предприятия является организация сервисного процесса обслуживания клиентов ООО «реСтор», как можно более полнофункционального, совмещающего в себе возможности сервис-центра. Краткосрочными целями предприятия является завоевание достаточного сегмента рынка и формирование устойчивого имиджа фирмы.

Планируется, что предприятие будет предоставлять следующие услуги: ремонт компьютеров, сотовых телефонов и иной продукции, реализующейся в сети «реСтор» г. Красноярска.

В настоящее время клиенты ООО «реСтор» вынуждены обращаться в другую организацию с целью отремонтировать технику, приобретенную в магазинах компании.

Реализовать предлагаемую миссию предприятия будет достаточно просто, поэтому стратегическим направлением его развития является направленность на развитие всего комплекса услуг, правильная маркетинговая политика, быстрое формирование положительного имиджа фирмы, конкурентная борьба за потребителя.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия показал регрессивное развитие предприятия. Несмотря на рост объемов реализации, размер чистой прибыли ежегодно снижается.

Расчет показателей рентабельности позволил выявить негативную тенденцию снижения, как абсолютных, так и относительных финансовых результатов деятельности предприятия ООО «реСтор». Данная динамика обусловлена преимущественным ростом расходов над доходами предприятия.

Методом Swot-анализа выявлялись слабые стороны функционирования предприятия и возможности их минимизации (раздаточный материал).

В ходе исследования был сделан вывод, что слабые стороны могут быть ликвидированы путем внедрения инвестиционного проекта по созданию собственного сервисного центра, обслуживающего клиентов ООО «реСтор» в г. Красноярске.

Для организации собственного сервис центра планируется принять в штат двух мастеров и одного менеджера.

Помещение для организации сервис-центра можно будет взять в аренду. В работе сделан прогноз как единовременных, так и текущих расходов до 2020 года.

Размер чистой прибыли с 2016 года до 2020 года должен увеличиться с 300 тыс. руб. почти до 700 тыс. руб.

Рассчитанные показатели эффективности инвестиционного проекта свидетельствуют о целесообразности организации собственного сервис-центра, так как чистый дисконтированный доход больше нуля (1887 тыс. руб.), индекс доходности больше единицы (1,18), внутренняя норма доходности больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал 8,25% (92,74%), срок окупаемости менее 1,5 лет.

Собственный сервис-центр позволит получить ряд преимуществ:

1. Удержать постоянных клиентов.
2. Повысить имидж компании.
3. Добиться индивидуального подхода к каждому клиенту в течение всего процесса разрешения гарантийного спора.
4. Сократить число посредников между продавцом и покупателем, уменьшить сроки диагностики и ремонта.
5. Получить дополнительный доход при осуществлении негарантийных ремонтов.
6. Повысить квалификацию сотрудников и личную их заинтересованность в росте компании.
7. Исключить появление негативных отзывов о работе компании из-за некачественного обслуживания их в сервис-центре сторонней организации.

Внедрение инвестиционного проекта увеличит прибыль предприятия, расширит штат, что является социально значимым.

Ко всему прочему, полученные дополнительные средства могут быть в дальнейшем использованы на расширение предпринимательской деятельности, либо приобретение собственного помещения с целью минимизации затрат.

Таким образом, организация управления инновационно-инвестиционной деятельностью на предприятиях должна носить комплексный характер и состоять из последовательного выполнения целого ряда мероприятий, а также благоприятствовать выявлению наилучших путей оптимизации инвестирования в инновационную деятельность предприятия.

Список литературы:

1. Ендовицкий А. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности компаний, 2001.С. 14-23
2. Крылов Э. Анализ эффективности и инновационной деятельности предприятия, 2004. 211 с.
3. Сергеев И. Организация и финансирование инвестиций, 2009. С. 115-200.

ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ. РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Хачатрян М.Г., Иванова А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Манаева Н.П.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Анализ финансового состояния фирмы - это расчет, интерпретация и оценка комплекса финансовых показателей, характеризующих различные стороны деятельности организации. Цель анализа - получение информации, необходимой для принятия управленческих решений.

Каждое предприятие (организация) является субъектом рыночных отношений и входит в круг интересов других фирм, предприятий, организаций. К числу последних относятся поставщики,

кредиторы и инвесторы. С различиями в постановке задач анализа связаны различия в выборе показателей, определяющих управленческие решения внутренних и внешних пользователей информации. Безусловно, можно выделить показатели, в равной степени важные как для внешних, так и для внутренних аналитиков (например, ликвидность). Прежде чем приступить к проведению анализа финансового состояния организации необходимо определиться, с чьей точки зрения будет выполняться эта работа.

Основные задачи, решаемые при проведении финансового анализа: определение ("фиксация") финансового состояния предприятия на момент исследования; выявление тенденций и закономерностей в развитии предприятия за исследуемый период; определение "узких" мест, отрицательно влияющих на финансовое состояние предприятия; выявление резервов, которые предприятие может использовать для улучшения финансового состояния.

Основные методы анализа: горизонтальный или анализ тенденций, при котором показатели сравниваются с аналогичными за другие периоды; вертикальный, при котором исследуется структура показателей путем постепенного спуска на более низкие уровни детализации; факторный анализ - анализ влияния отдельных элементов финансовой деятельности предприятия на основные экономические показатели; сравнительный - сравнение исследуемых показателей с аналогичными среднеотраслевыми или с аналогичными показателями основных конкурентов.

Анализ финансовых коэффициентов и показателей - инструмент, обеспечивающий представление о финансовом состоянии компании и конкурентных преимуществах и перспективах ее развития. Основными особенностями финансового анализа являются следующие: подавляющее большинство финансовых показателей носит характер относительных величин, что позволяет сравнивать предприятия различного масштаба деятельности. При проведении финансового анализа важно применять фактор сравнения: сравнивать показатели деятельности компании в тенденции за различные периоды времени; сравнивать показатели данной компании со среднестатистическими показателями по отрасли или с аналогичными показателями предприятий внутри данной отрасли.

К коэффициентам ликвидности относят: коэффициент абсолютной ликвидности; коэффициент срочной ликвидности; коэффициент текущей ликвидности; чистый оборотный капитал; коэффициент финансовой устойчивости; суммарные обязательства к суммарным активам; долгосрочные обязательства к активам; суммарные обязательства к собственному капиталу; Коэффициент покрытия процентов; коэффициент рентабельности продаж; Коэффициент рентабельности собственного капитала; коэффициент рентабельности оборотных активов; коэффициент рентабельности внеоборотных активов; коэффициент рентабельности инвестиций; коэффициент оборачиваемости рабочего капитала; коэффициент оборачиваемости основных средств; коэффициент оборачиваемости активов; коэффициент оборачиваемости запасов; коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности; прибыль на акцию; Дивиденды на акцию; соотношение цены акции и прибыли.

В настоящее время традиционный финансовой анализ российской компании (при четкой постановке задач и до известной степени глубины) в состоянии провести квалифицированно и примерно с равными результатами как сотрудники самого предприятия - бухгалтерии, финансовой службы, планово-экономической службы, так и привлеченные специалисты - арбитражные управляющие, штатные аналитики партнеров, аудиторы и консультанты. Проведение финансового анализа российских компаний в различных видах и изучение попыток выполнения классических аналитических процедур позволяют выделить основные проблемы российской специфики в этой области исследований.

Список литературы:

1. Балычев, С.Ю. Финансовое оздоровление и развитие предприятия: учеб.пособие / С.Ю. Балычев, М.А.Батьковский, Ю.Е. Хрусталев. - М.: "Гипростроймост", 2013. - 245 с.

2. Анализ финансового состояния компании. Основные подходы к проведению анализа финансового состояния предприятия. – 2014. – Режим доступа: http://gaap.ru/articles/51003/.

3. *Комельчик, С.Л. Концептуальный подход к анализу состояния и динамики финансовых ресурсов организации / С. Л. Комельчик// Режим доступа: http://www.1-fin.ru/?id=418.*

4. Кован, С.Е. Финансовая устойчивость предприятия и ее оценка для предупреждения его банкроства / С.Е.Кован // Экономический анализ: теория и практика. - 2014. - №15.

5. Бабушкина, Е. А. Анализ финансовых показателей и коэффициентов/ Е.А.Бабушкина// Режим доступа: http://www.cfin.ru/finanalysis/reports/ratios_system.shtml.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ФРАНЦИИ, ГЕРМАНИИ И РОССИИ

Чооду Т.М., Антонова В.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Юрковская С.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Аннотация: *В статье рассматривается национальные особенности делового общения и обычаи деловой этики. В условиях модернизации и глобализации учитывать традиции и обычаи крайне важно для успешного функционирования и процветания как отдельно взятой личности, так и для совместного сотрудничества компаний. Учитывая активно развивающиеся плодотворные деловые отношения между Россией, Германией и Францией, возникающими при общении проблемами лингвокультурологического характера, можно говорить об актуальности изучения данной проблематики.*

Ключевые слова: *национальные особенности, лингвокультурология, правила приветствия, деловой этикет, деловые переговоры, особенности в отношениях.*

Учитывать традиции и обычаи делового общения и деловой этики, существующие у каждого народа и в каждой стране, очень важно при встрече представителей разных культур. По мере развития цивилизации характер введения переговоров и процессы, связанные с взаимопроникновением национальных стилей общения, имеют всё большее значение.

Национальные особенности этикетных формул в контексте делового общения играют большую роль в каждой конкретной ситуации переговорного процесса. Учитывая активно развивающиеся плодотворные деловые отношения между компаниями возникающими при общении проблемами лингвокультурологического характера, можно говорить об актуальности изучения данной проблематики.

Между русскими, немецкими, французскими этикетными формулами приветствия существует ряд отличий, связанных в основном с историей и культурой народов.

Например, в России встречаясь друг с другом, люди, как правило, сначала здороваются, и лишь потом заводят разговор. Достаточно нейтральны и универсальны такие формы приветствия, как «доброе утро» или «добрый день».А в Германии приветствие и прощание предполагает пожимание рук. При деловом общении обращаются по фамилии и на «вы». Во Франции, при приветствии используют рукопожатие, обычно оно легкое и недолгое. Хорошо знакомые между собой мужчины и женщины могут позволить себе прикосновение, поцелуй в щеку.

Согласно проведённым исследованиям в области делового этикета немецкой культуры можно отметить следующие особенности в отношениях. Немцыотличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, рациональностью, организованностью, педантичностью, скептичностью, серьёзностью, расчетливостью, стремлением к упорядоченности. Деловые связи с немецкими фирмами можно установить путем обмена письмами с предложениями о сотрудничестве. Свои предложения иностранные фирмы и отдельные предприниматели имеют возможность бесплатно публиковать в специализированном бюллетене, которые дублируются также в приложениях к газете, издаваемых Федеральным ведомством внешнеторговой информации. Для установления деловых отношений можно использовать принятую в Германии практику организации сотрудничества через агентские и посреднические фирмы. Высокий профессионализм и безусловное выполнение принятых на себяобязательств способствует на налаживанию долгосрочных деловых связей с немецкими фирмами.

Переговоры ведутся с участием одного или нескольких партнеров. Своей пунктуальностью по-немецки вы сразу заслужите уважение ваших немецких коллег, что в свою очередь благотворно скажется на микроклимате на переговорах. Церемония представления и знакомства соответствует международным правилам: рукопожатие и обмен визитными карточками.

А французы скорее галантны, чем вежливы, скептичны и расчетливы, хитроумны и находчивы. В то же время они восторжены, доверчивы, великодушны.Большое значение на французский стиль делового общения оказывает система образования, которое ориентирована на воспитание независимых и критически настроенных граждан. Высшие слои общества особое внимание уделяют изучению философии, истории искусств, французской истории и культуры. В деловой жизни Франции большое значение имеют личные связи и знакомства. Новых партнеров стремятся найти через посредников, связанных дружескими, семейными или финансовыми отношениями. Щепетильные французы обращают внимание на ведение деловых контактов на надлежащем иерархическом уровне. Они искусно, даже с изяществом отстаивают тот или иной принцип или свою позицию, но не склоны к торгу. В результате оказывается, что французы

достаточно жестко ведут переговоры и, как правило, не имеют «запасной» позиции.Современный американский исследователь М. Харрисон, описывая французский стиль ведения переговоров, подчеркивает приверженность принципа, при одновременном недоверии к компромиссу.

Российские участники переговоров, особенно те, кто постоянно их вел, оценивались многими зарубежными партнерами как высокопрофессиональные специалисты. Прежде всего данная характеристика относилась к хорошему знанию предмета переговоров. Большое внимание уделялось выполнению принятых обязательств. Как правило, в отношении зарубежных партнеров здесь не допускалось нарушение. Решение могло долго не приниматься, согласовываться, уточняться, но если оно принято, и договор подписан ,он строго выполнялся. Такое же пунктуальное следование договору ожидалось и требовалось от партнеров.

Список литературы:

1.«Протокол и Этикет для деловых людей» Т.И. Холопова, М.М.Лебедева.

2.«Национальные особенности речевых этикетных формул делового общения» К.С. Воробьева.

ЭТИКА ЛИДЕРСТВА В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Лисенков Н.П., Серебрякова О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Юрковская С.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Аннотация: Термин «лидер» происходит от английского слова leader – ведущий; руководитель, вождь, глава и тому подобное. Лидер во многом определяет успех организации, динамику развития фирмы. От него зависят мотивация работников, их отношение к труду, взаимоотношения и многое другое. Таким образом, эта область менеджмента имеет огромное значение в управлении и, обязательна и полезна для изучения.

Ключевые слова: этика, лидерство, современное управление, моральное развитие, моральный интеллект, этические аспекты организационного поведения

Опираясь на статью «Этика лидерства в современном управлении», можно сказать, что данная проблема актуальна. Анализируется этический аспект влияния лидера на поведение сотрудников в современной организации. Рассматриваются основные уровни влияния менеджера, отвечающие за организационную этику. Проанализированы уровни морального развития лидера и влияние национальных особенностей лидерства на деловую этику в организации.

Политический лидер – это глава, руководитель или просто авторитетный член той или иной группы, организации или всего общества, который согласовывает, объединяет и направляет действия людей. Значит, лидер – это ведущий, идущий впереди. Лидер – член организации, обладающий высоким личным статусом, оказывающий сильное влияние на мнение и поведение окружающих его людей, членов какого-либо объединения, организации и выполняющий комплекс функций.

Отсюда вытекают четыре основные взаимосвязанные функции лидера. Лидер выступает:

1) как объединитель людей,

2) как защитник их интересов,

3) как инициатор обновления жизни,

4) как организатор деятельности людей.

Лидерство – это ведущее положение отдельной личности либо социальной группы, класса, партии, способность индивида для достижения неких целей воздействовать или влиять на других людей. Часто случается, что понятия «лидер», «менеджер» и «руководитель» употребляются как синонимы, но это неправильно, поскольку они различаются.

Первое отличие в происхождении. Лидерство возникает естественным образом, является результатом внутригрупповых процессов в малой группе, определяющих ее структурирование.

Второе отличие касается способов осуществления лидерских и руководящих функций. Лидерские функции чаще всего носят неформальный характер. Они нигде не прописаны, распоряжения лидера никем не оформляются письменно в приказы. Менеджер же обязан оформлять свои распоряжения, поскольку он подотчетен руководителю. Влияние руководителя велико. Он может отдавать как устные, так и письменные распоряжения.

Третье отличие связано со сферами влияния лидера, менеджера и руководителя. Если человек не считает себя членом какой-либо малой группы, то влияние ее лидера на него не распространяется. Подчиненный же может внутренне не считать себя лояльным по отношению к данному подразделению, но это нисколько не снимает с него обязанности выполнять распоряжения менеджера.

Лидеры знают, что они хотят и почему они хотят этого, и они способны передать это другим и добиться их сотрудничества и поддержки.

Если смотреть на историю XX в. как на историю замены одних лидеров другими, в ней можно увидеть четыре периода:

1. 1900 – 1945: влияние теории, согласно которой историей управляют великие личности;
2. 1930 – 1970: влияние теории бихевиоризма: лидер как образец и организатор определенного поведения.
3. 1970 – 1980: влияние теории случайностей – ситуационное лидерство;
4. 1990-е: лидер – менеджер.

Для того чтобы стать лидером, помимо таланта, необходимо иметь упорство, трудолюбие.

Следует уделять много времени своему развитию, как профессиональному, так и личностному.

Конечно, лидерство – это талант, но без развития он угасает, как и все другие способности.

Специалисты по менеджменту выделяют две группы лидеров: «игроки» и «открытые». Привлекательность первых основывается только на производимом ими внешнем впечатлении, за которым ничего не стоит.

«Игроки» используют свою способность разбираться в людях и управлять окружающими исключительно в собственных целях. За их внешним благородством кроется холодный расчет в личных интересах.

«Игроки» – это карьеристы, которые ни перед чем не остановятся, чтобы добиться высокого положения.

«Открытые» лидеры живут интересами коллектива, общей идеей.

В своей работе такие лидеры руководствуются обстоятельствами, в остальном они являются полной противоположностью «игрокам».

Эти люди и есть настоящие лидеры, взаимоотношения которых с людьми, в том числе и их последователями, складываются на основе искренних отношений.

Современная теория менеджмента уделяет повышенное внимание вопросам лидерства в организации. Этой тематике посвящается немалое количество исследований и публикаций.

Человек, желающий стать лидером, должен обладать определенными качествами, которые в различных ситуациях должны быть разными. Признается, что лидерским качествам можно научиться. Благодаря этим качествам человек может приобрести авторитет, и сотрудники признают его лидером.

Лидер выполняет множество социальных ролей, каждая из которых требует наличия конкретных знаний, навыков. Среди проблем, находящихся в компетенции лидера, основными являются: утверждение и развитие определенного типа организационной культуры; построение эффективной коммуникации в организации; формирование рабочих групп и управление ими; управление конфликтами; построение коалиций и развитие партнерских отношений; своевременное реагирование на динамику внешней среды и управление изменениями.

Список литературы:

1. Прыгин Б.Д. Руководство и лидерство. Л. 1973.
2. Кретов Б. И. Типология лидерства. Социально-гуманитарные знания. №3 2000.
3. Журнал «Известия Томского политехнического университета» Выпуск № 6 / том 321 / 2012

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА

Липская М.

Научный руководитель: ст. преподаватель Манаева Н.П.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современных условиях для выживания компании на конкурентном рынке, особое значение приобретает анализ и планирование ее деятельности, т. е. разработка стратегии развития. Стратегический финансовый анализ представляет собой изучение влияния факторов внешней и внутренней среды на финансовую деятельность компании с целью выявления особенностей и направлений ее развития в перспективном периоде. Один из важнейших компонентов анализа — определение его основных объектов, которыми являются доминантные сферы финансового развития предприятия. В зависимости от характера влияния отдельных условий и факторов, а также возможности их контроля со стороны предприятия в составе общей финансовой среды выделяют: Внешнюю финансовую среду непрямого влияния, внешняя финансовая среда непосредственного влияния, внутренняя финансовая среда.

Рассмотрим данные методы.
- SWOT-анализ – исследование сильных и слабых сторон предприятия.
- PEST-анализ - концентрирует стратегическое исследование на факторах макроуровня.
- SNW-анализ используется исключительно при изучении внутренней среды предприятия
- Сравнительный финансовый анализ базируется на сопоставлении значений отдельных групп аналогичных показателей.
- Анализ финансовых коэффициентов (R-анализ) основан на расчете соотношений различных абсолютных показателей финансовой деятельности
- Интегральный финансовый анализ по модели Дюпона предусматривает разложение коэффициента рентабельности активов на ряд частных взаимосвязанных коэффициентов.
- Экспертный анализ используется в том случае, если у компании отсутствуют необходимые информативные данные для прогнозирования факторов внешней финансовой среды.

Целесообразно выделять следующие основные группы субъектов, которые оказывают непосредственное влияние на финансовую деятельность предприятия:

- поставщики;
- потребители;
- организации, предоставляющие различные виды финансового кредита;
- институциональные и индивидуальные инвесторы;
- страховые компании;
- финансовые посредники.

Учитывая, что факторы этой финансовой среды носят преимущественно экономический характер, их группировка по системе PEST-анализа не осуществляется. Экономические факторы конкретизируются с учетом особенностей финансовых отношений компании с вышеперечисленными контрагентами. Состав наиболее важных факторов внешней финансовой среды непосредственного влияния, подлежащих оценке в процессе анализа доминантных сфер (направлений) финансового развития предприятия, приведен в Таблице 4.

Для оценки отдельных факторов SWOT-анализ дополняется при необходимости методами сценарного или экспертного анализа.

Список литературы:

1. Аминова З. Финансовая стратегия предприятия: формирование, развитие, обеспечение устойчивости / З. Аминова. - М. : Компания Спутник +, 2012. - 536 с.
2. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента : учеб. пособие для сред. спец. учеб. заведений / И. Т. Балабанов. - Изд. 3-е, доп. и перераб. - М. : Финансы и статистика, 2012. - 528 с.
3. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия / И. А. Бланк. - К. : «Ника-Центр», «Эльга», 2014. - 711 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ МЕНЕДЖЕРА

Кузнецов В.В., Астахов А.Д.
Научный руководитель: ст. преподаватель Юрковская С.И.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Менеджеру во все времена изначально нужно было принимать различные решения в ситуации в условиях отсутствия или недостатка определенной информации. К этому можно отнести и повышение общего уровня цен на товары и услуги, а так же курс валют, изменение налогово-правовых соглашений, к тому же не стоит забывать о конкуренции на том или ином рынке, которая постоянно меняется. У менеджера так или иначе всегда в голове крутится один насущный вопрос: «А вдруг что-то случится?»

В современном мире компьютеры в состоянии мгновенно создать множество вариантов и дать приблизительное решение того или иного общего теоретического вопроса в целом. В особенностях отдельной ситуации, развития социально-экономического понятия, например, информационные технологии стали иметь особое значение для менеджеров. Они предполагают процесс предоставления пользователям данной информации, нужной для установления управленческих, научно-производственных и иных решений для того, чтобы определить деятельность предприятия.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что, не зная определенных функций, сведений, независимо от формы их предоставления и метода исследования, информационные технологии характеризуются выделением и изучением отдельных частей. Стало осуществимо использование ресурсов для текущей работы и процесса достижения результата для функционирования

предприятия. Система обработки информации в современный век не предполагает больших усилий для отдельно готового менеджера, он вполне имеет право доступа для реализации беспрепятственного изучения информации, той или иной предметной области при использовании компьютера как инструмента информационной технологии.

На представленной ниже таблице обозначены основные направления применения информационных технологий вообще и в деятельности менеджера в частности.

Также в данной сфере сведения, воспринимаемые человеком, оперируются менеджерами, происходит распределение общественного производства между различными компьютерами и компьютерными сетями. Для доступа к чужим данным используются локальные сети.

Так же существует точка зрения, используемая менеджерами, в эпоху персональных компьютеров, имеющих универсальные функциональные возможности, а так же долю информационных технологий, запланированным результатом деятельности для совершенствования, стал переход к качественному состоянию глобальных систем и их способности для получения результата не только в режиме почты, но и работы в режиме реального времени.

Благодаря переходу к более качественному состоянию, комплекс технических средств, предназначенный для передачи информации и средств связи, стал возможен доступ к большим накопленным за столетия знаниям с использованием современных информационно-поисковых систем. Этот объект, рассматриваемый с определенной точки зрения, чрезвычайно важен для менеджеров в научных и учебных проектированиях или же конструировании предприятий, а так же для обучения и повышения квалификации в данной сфере работ. Ведь направления развития от низшего к высшему предъявляет все более высокие требования к информационному обеспечению органов управления организации.

Список литературы:

1. http://www.studfiles.ru/preview/1098514/;
2. http://www.work2it.ru/content/leaders/it-technology-for-menager.html

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ АРАБСКИХ СТРАН

Семибратская И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Юрковская С.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящий момент происходит глобализация бизнес – процессов. Благодаря которому, менеджеры различных стран вынуждены поддерживать контакт друг с другом. И адаптироваться к среде других стран и их культуры. Для подобной адаптации и интеграции необходимо знать особенности поведения деловых людей в других странах. В основео собенностей делового этикета и деловой культуры лежат как традиции деловой культуры, так и национальной.

Множество организаций ведут бизнес с Арабским миром. Для грамотного ведения международного бизнеса необходимо знание базовых правил страны, с представителем которой вы пытаетесь стать партнерами.

Арабский мир значительно отличается от всех остальных. Они ведут себя отлично отпредставителей других стран.

При знакомстве с арабами, как и при встрече с ними принять обмениваться рукопожатиями. Рукопожатие следует подавать с правой руки и это не спроста, ведь именно правая рука практически всегда сжимала рукоятку меча. Протягивая свободную правую руку человек показывает свои благие намерения по отношению к своему собеседнику. Женщинам же не принято протягивать руку мужчине первому. Она должна дождаться этого от мужчины.

В деловых отношениях с арабами следует помнить об обязательном соблюдении исламских традиций. В месяц рамадан мусульманину не положено ничего есть с восхода до закатасолнца. В первый месяц мусульманского нового года не следует устраивать приемы. Все дела пять раз в день прерываются для совершения молитвы, четверг или пятница у мусульман — день отдыха и служения Богу. Запрещается употреблять свинину и спиртное. Не стоит с представителями исламского мира заводить разговоро религии или политике. Необходимо являться в установленное место во время, хотя ваш партнер может задержаться. Арабам, скорее всего, затруднительно будет иметь деловые отношения с представительницами женского пола.

Важно запомнить основное правило построения общения с арабами – идти н ауступки в направлении экстравертивности.

А также важно при общении с представителем Арабского мира следует установить доверие с ним - “Для арабов одним из важнейших элементов на переговорах является установление доверия между партнерами. Они предпочитают предварительную проработку деталей обсуждаемых на переговорах вопросов, а также «торг» за столом переговоров. Всегда стараются оставить за собой возможность продолжить контакты, если на этот раз соглашения достигнуть не удалось (при этом отказ от сделки сопровождается расточением похвал в адрес партнера и отвергнутого соглашения)” [1].

Арабы не столь внимательны к времени, как представители других стран, они могут опаздать на встречу, что для них вполне приемлемо.

При разговоре с арабом нужно находиться ближе, чем с представителями других стран, иначе, араб будет ощущать себя дискомфортно, думая, что его присутствие для вас физически неприятно.

Для представителей этой страны важен “Контакт взглядов”, поэтому при разговоре с ним следует снять очки и смотреть ему прямо в глаза.

Ведение делового общения с арабами следует строить наличностных взаимоотношениях. Для них важен ваш интерес к его персоне и к его семье.

“Так как семья играет первостепенную роль в жизни арабов, вам всегда следует проявлять искреннее внимание ко всем членам его семьи, которых он вам представил. Вы должны регулярно справляться о здоровье и счастьи его братьев, дядюшек, кузенов и сыновей.”[2]

Если он вас пригласил к себе в дом на обед, не стоит отказываться. Лучше придерживаться некоторых правил поведения: “Во время еды ешьте только правой рукой, берите только те блюда, которые вам предложат, и, нахваливая их, не уделяйте слишком много внимания тем, кто готовил их”. [2]

Находясь в Арабских странах или на Ближнем Востоке, следует помнить, что кушать, передавать сувениры, документы и прочее нужно передавать только правой рукой, если вы левша заранее предупредите об этом, так как для исламского мира левая рука считается “нечистой”

А также они любят похвалу, но с этим нужно быть осторожным и не затрагивать оскорбительные и унизительные для них темы. Например, такие как – арабские женщины, Аллах.

При общении с представителем Арабского мира не следует выдерживать долгих пауз и быть слишком сдержанным, это может вызватьу них сильное замешательство.

А также важно показать ему ваше желание в том, чтобы именно он стал вашим партнером.

Общение с арабами является более успешным, когда вы говорите на повышенных тонах, что для них означает вашу искренность.

“В арабском мире совершенно нормально, когда речь эмоциональна и почти агрессивна для большей убедительности.” [2]

Умение общаться, знание культурных особенностей и их применение в жизни необходимо каждому человеку, особенно тем, кто работает с людьми и находится в постоянном контакте с ними. Залог успеха в таких сферах деятельности как - политики, менеджеры, бизнесмены, заключается в умении грамотно общаться, особенно, если речь идет о представителях других стран. Не зная

обычаев, менталитета, культуры страны представителя, не зная правил их жизни, человек может оскорбить или повести себя неприемлемо по отношению к своему партнеру и его стране.

Именно поэтому следует изучать особенности коммуникативного процесса с представителями других стран.

Список литературы:

1. Б.Д. Парыгин. Анатомия общения: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2009. – 301 с.
2. Р.Д. Льюис. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2011. – 448 с.
3. Д. Ходжсон. Переговоры на равных/Пер. с англ. – 2-е изд. – Мн.: Амалфея, 2004. – 340 с.

СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ. КАК СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ВЛИЯЮТ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Татаринов И. С., Чиреш М. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Юрковская С.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Ключевые слова: общение, социальная сеть, организация, работодатель, работник.

Все мы понимаем, что люди в наше время зависимы от гаджетов и различных соц.сетей. Они являются основными средствами общения XXI века. Как правило, общение возможно лишь при помощи знаковых систем. Средства общения разделяют на два типа: вербальное и невербальное. В вербальном общении обычно применяются два варианта речи: устная и письменная. Письменная речь-это та, которой обучают в школе и которую привыкли считать признаком образованности человека. Устная речь, по ряду параметров отличающаяся от письменной, является небезграмотной письменной речью, а вполне самостоятельным видом со своими правилами и даже грамматикой.

Невербальные средства общения нужны для того, чтобы: регулировать процесс общения, создавать психологический контакт между партнерами; обогащать значения, передаваемые словами; помогать истолкованию словесного текста; выражать эмоции. Они делятся на:

1)Визуальные средства общения, к которым относятся:

- Кинесика-движение рук, ног, головы, туловища;
- Направление взгляда и визуальный контакт;
- Выражение глаз и лица;
- Поза (в частности, локализация, смены поз относительно словесного текста);
- Кожные реакции (покраснение, появление пота);
- Дистанция (расстояние до собеседника, угол поворота к нему, персональное пространство);
- Вспомогательные средства общения, в том числе особенности телосложения (половые, возрастные) и средства их преобразования (одежда, косметика, очки, украшения, татуировка, усы, борода, сигарета и т.п.); [1]

2)Акустические (звуковые) средства общения, в которые входят:

- Паралингвистические, т.е. связанные с речью (интонация, громкость, тембр, ритм, высота звука, речевые паузы и их локализация в тексте);
- Экстралингвистические, т.е. несвязанные с речью (смех, плач, кашель, вздохи, скрежет зубов, "шмыганье" носом и т.п.); [1]

3)Тактильно-кинестетические (связанные с прикосновением) средства общения, включающие:

- Физическое воздействие (ведение слепого за руку, контактный танец и др.);
- Такесику (пожатие руки, хлопанье по плечу); [1]

4)Олъфакторные:

- Приятные и неприятные запахи окружающей среды;
- Естественный и искусственный запах и человека и др. [1]

В организации чаще всего общение осуществляется, как правило, вербальным способом. Но далеко не все его виды можно использовать на рабочем месте. Все знают, что на рабочем месте запрещено пользоваться соц. сетями, но мало кто соблюдает это правило. А ведь это, в конечном итоге, неэффективность использования рабочего времени и значительное снижение производительности труда.

Начинается все невинно: на период работы сотруднику предоставляется персональный компьютер с доступом в Интернет, зачастую неограниченным, а через месяц-другой он неожиданно

вызывается в кабинет к начальнику, а то и вовсе получает выговор (или другое дисциплинарное взыскание) за ненадлежащее исполнение трудовых обязанностей, которое выразилось в активном посещении той или иной соц.сети в рабочее время вне служебных целях. Работодатели грозятся штрафами и даже увольнением, порой дело доходит до суда.

Другой вариант: доказать, что пребывание в соц. Сети осуществлялось исключительно с пользой для дела и в рамках должностных обязанностей. Если в обязанности работника входит поиск новых клиентов, освещение деятельности организации, реклама ее новых продуктов, то использование социальных сетей вполне оправданно, ведь они давно служат и торговой площадкой, инструментом по активному привлечению покупателей, и средством оперативного оказания консультаций и решения массы иных рабочих вопросов. Бремя доказывания обоснованности наложения дисциплинарного взыскания лежит на работодателе. Проступок работника должен быть зафиксирован и подтверждён надлежащими доказательствами: как внутренними документами организации, запрещающими использование сайтов определённого содержания, так и фактом совершения проступка (данные системы фильтрации веб-трафика, распечатки отдельных страниц с сайтов, свидетельствующих о внеслужебной переписке, показания специалистов IT отдела, службы информационной безопасности). Необходимо иметь ввиду, что при наложении взыскания должна быть учтена тяжесть совершённого проступка.

Справедливы ли опасения работодателей? Чего же боится работодатель? Самое очевидное – снижения производительности труда. В среднем исполнительный работник посвящает своим прямым обязанностям до 5 часов в день, а социальные сети могут легко добавить ещё час к временным потерям, за которые работодатель продолжает платить деньги.

На втором месте стоит утечка информации. Опасение спорное, поскольку действительно заботящиеся о сохранении коммерческой тайны руководители не только заставляют подписать соглашение о неразглашении информации, но и перекрывают доступ ко всем почтовым серверам и службам мгновенного обмена сообщениями, блокируя при этом также возможность копирования информации на внешние носители. В любом случае, при обвинении работника факт утечки важных данных должен быть доказан.

А вот опасения, что на рабочем месте подчиненный подыскивает себе место получше, вполне справедливы – поиском новой работы «не отходя от старой» работники действительно занимаются, ведь агентства по подбору персонала представлены в социальных сетях, да и многие предприниматели не ленятся создавать там свои интернет-представительства.

В последнее время руководителей беспокоит также репутация фирмы, поскольку одно разоблачительное сообщение на страничке соц. сети, разлетевшееся благодаря тысячам репостов, может быстро оставить пятно на репутации компании, а доказать, что это дело рук именно того лица, с чьего аккаунта отправлено сообщение, да ещё и заставить дать опровержение – дело долгое и хлопотное.

Советыработодателям.

Что же делать боссам? Эксперты единодушны: ослабить хватку и внимательно присмотреться к нагрузке подчинённых. [2]

Мнения экспертов по управлению персоналом:

Юрист, специалист по управлению персоналом и сервисом, кадровому делопроизводству:

«Работодатель должен, прежде всего, озадачиться загрузкой работников и проверкой выполнения заданий, потому что если работник загружен работой, у него не будет ни морального права, ни возможности оправдать даже перед коллегами невыполнение рабочего задания. А просмотр личных сообщений, новостей в «Вконтакте» через личный телефон или планшет в обеденный перерыв или в пятиминутку на чай-кофе никак не запретишь». [2]

Главный редактор информационно-правового портала:

«Я считаю, что основной и, самое главное, действующей мерой является не «кнут», а «пряник» - работа должна быть настолько интересной и увлекательной, чтобы у работника даже не возникало желания зайти в соц. сеть. И она вообще должна быть! «Зависание» сотрудника в сетях-это первый индикатор того, что в вашей команде или бизнес-процессах что-то не так.» [2]

«Можно привести немного другой пример, который будет уместен и в данном случае. При приеме на работу дизайнеров я всегда строго проговариваю отсутствие дополнительных работ в рабочее время. Однажды достаточно именитый дизайнер (до нас он работал в Лондоне и его гонорар там составлял 1 млн. рублей в месяц) на мой вопрос «Будете ли «леваком» заниматься в рабочее время?» честно ответил «Да, буду. Без „левака“ дизайнер не может развиваться – вам самим это не выгодно…». На работу мы его не взяли, но его позицию я разделяю в какой-то мере. Аналогично и

сообщением в социальных сетях – достаточно часто мы находим там новые идеи и информацию, устанавливаем новые контакты и т.п. – без всего этого ни один бизнес не может развиваться. Поэтому работодателям советуют все же терпимо относиться к пользованию работниками социальных сетей. Но в меру». -Надежда Князева [2]

Зло социальные сети или благо – каждый решает сам. Корпорация Intel, например, вместо запретов предпочла разработать правила использования соц. сетей, обозначив желаемую модель поведения для своих сотрудников. [2]

Список литературы:

1. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/krysko/106.php
2. http://www.rabotajob.ru/articles/193/

Подсекция 10.3. Предпринимательство и бизнес

СЕТЕВЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СТРУКТУРЫ, КАК НОВАЯ ФОРМА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Бауэр Э.Я.

Научный руководитель: ассистент Кишкан В.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящее время происходит формирование новой парадигмы менеджмента. Традиционные стили, методы и инструменты управления, сложившиеся в середине XX в., заметно меняют свой облик. Подвергаются сомнению и испытываются на прочность представления о формальной структуре и иерархии организаций, полномочиях и формах власти руководителей, контроля и координациидействий.

Смена образа и стиля конкуренции, которая на современном этапе предполагает не накопление ресурсной базы, а её рациональное и оптимальное использование, необходимость придерживаться экологических принципов и социальной ответственности в бизнесе, приоритетность создания социального эффекта над максимизацией прибыли – привели к появлению новых рыночных образований, которые в научной литературе определяют как сетевые.

Вопросы решения проблем развития организационных структур, их формирования, реорганизации адекватно изменениям среды представлены в работах: Р.Акоффа, Л.Бобовой, Л.Жигуна, М.Кастельса, Т.Питерса и других авторов, однако концептуально – организационные аспекты сетевых структур являются недостаточно формализированными, из-за относительной закрытости используемых при этом социальных и интеллектуальных технологий.

Целью статьи является анализ возможности применения положений теории организации к современным предпринимательским сетевым структурам.

Термин «организация» (от греч. organon – устройство, сочетание, объединение чего или кого-либо в одно целое, делать что-то сообща) имеет как минимум три значения: организацию можно рассматривать как объект (явление), процесс и свойство[1].

По мнению Ф. Удалова, О. Алёхиной, термин «организация» также означает: социальная целостность, направленная на некоторую цель, построенная как специально структурированная и координированная система, предназначенная для некоторой деятельности и связанная с окружающей средой[2].

Как объект организация – это упорядоченная совокупность более или менее дифференцированных и автономных частей целого, согласованно взаимодействующих друг с другом для достижения определенной цели. Как явление организация представляет физическое объединение реальных элементов, формирующих организацию. Организация как свойство характеризует степень упорядоченности или организованности (порядка) объектов (процессов). Установление количественных, качественных, временных, пространственных и других связей между отдельными составляющими организационного объекта и представляет собой сущность организации как процесса.

П.Михненко отмечает, что современный менеджмент рассматривает организацию (предприятие, фирму) как сложную открытую систему[3].

Рассматривая понятие организационной структуры, можно назвать её совокупностью всех подразделений предприятия и взаимосвязей между ними, а организационную структуру управления – совокупностью управленческих связей между управляющей (менеджментом) и управляемой (исполнителями) подсистемами организации, характеризующая порядок взаимодействия между ними в соответствии с иерархической соподчиненностью и полномочиями.

Давая определение органическому подходу к управлению организацией, можно обозначить способность современной организации к самоорганизации и самоуправлению: развитие взглядов на организацию привело к тому, что её начали рассматривать как живой организм, к которому применимы принципы и законы сохранения и развития биологических систем. В организации, как и в живом организме происходят процессы саморегуляции, самоорганизации и самоуправления, которые позволяют ей сохранять относительное постоянство состава, обеспечивают устойчивость выполнения основных функций для достижения целей и задач.

Таким образом, удалось приблизиться к пониманию основных задач, обуславливающих сущность дефиниции «организационная структура»:

-обмен информацией внутри организации;

- эффективная координация и интеграция.

В контексте разрабатываемой проблемы, следует уточнить, что предприниматели – высокомотивированные субъекты социально – экономических отношений, осуществляющие инициативную, на собственный риск деятельность, направленную на удовлетворение потребностей высшего уровня – социальных, самоуважения, самоактуализации.

Относительно сетевых структур предпринимательства, в научных источниках встречается достаточное множество мнений относительно определения сущности понятия «бизнес-структуры», как сети.

Можно отметить, что сети являются основным понятием сетевой экономики. Сетевую модель организации экономики можно рассматривать с двух позиций. Первая базируется на принципах сетевой экономики, под которой понимается хозяйственная деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей или цифровых коммуникаций в разных экономических сегментах.

Основным лейтмотивом в русле этого подхода является бурное развитие и распространение информационно-коммуникационных технологий и, в первую очередь, технологий глобальной сети Интернет. Как следствие, упор делается на развитие и широкое внедрение электронного бизнеса.

Второй подход связан с корпоратизацией экономики, которая предусматривает функционирование интегрированных форм организации бизнеса на сетевых принципах организации: под сетевой структурой в сфере хозяйствования понимается сетевая организация, сетевые формы организации, межфирменные сети, организационные сети, гибкая специализация, квази-фирма и т.п. Часто в профессиональной научной литературе наблюдается ассоциирование, а иногда и отождествление сетевых структур с кластерами, франчайзинговым предприятием, союзом, холдингом и тому подобное. Очевидно, что все эти понятия взаимосвязаны, однако здесь речь идёт уже о формах и способах проявления сетевых организационных структур в рыночной среде.

Нельзя оставить без внимания творческие достижения и труды таких ведущих западных ученых как М.Кастельса и Г.Патюреля. В частности, М.Кастельс предлагает следующий подход: «Сетевая структура – комплекс взаимосвязанных узлов, конкретное содержание которых зависит от характера той или иной сетевой структуры» [4].

Предлагаемое определение – нечто абстрактное и обобщенное, а, следовательно, требует определенной детализации и уточнения. Согласно взглядам французского профессора Р.Патюреля, сетевая структура – это сеть с её узлами и связями, которая формируется для достижения целей в соответствии с потребностями и ожиданиями партнёров и деловой конъюнктуры [5].

Подобные определения можно несколько конкретизировать и дополнять. Ссылаясь на научные труды ведущих экономистов, можно определить сетевую структуру как партнерскую структуру, построенную на принципах взаимозависимости и равенства всех участников, которая создана с целью рационального использования ресурсной базы и получения экономического эффекта от совместной деятельности.

Сетевая предпринимательская структура – созданный группой деловых партнеров, связанных общей деятельностью, сетевой канал обмена информацией с целью координации и повышения взаимного доверия. Этот канал обладает основными свойствами организации:

- упорядочивание деятельности по налаживанию, устройству, упорядочиванию, оптимизации работы других совокупностей людей (групп) объединенных для решения какой-либо задачи (удовлетворения потребностей);

- имеет либо ситуативно – динамическую, либо классическую организационную структуру управления.

Исследуемая организационная форма в результате одновременного воздействия стихийных и управляемых процессов стала комплексным ответом на целый перечень экономических, технологических, институциональных, социальных вызовов. Сложность и многогранность феномена

сетевой структуры, которую отмечают большинство ученых, объясняется, прежде всего, разнообразием причин и мотивов, обусловивших его появление.

Список литературы:

1. Мильнер Б.З. Теория организации / Б.З.Мильнер. – М: ИНФРА-М, 2011. – 808 с.
2. Удалов Ф.Е., Алёхина О.Ф., Гапонова О.С. Основы менеджмента, - 2013. – 363 с.
3.Михненко П.А. Теория менеджмента. – М.: «Синергия», 2014 – 640 с.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. / М.Кастельс; Под науч. ред. Шкаратана О.И.; Гос. Ун-т Высш. шк. экономики. М.: ГУ ВШЭ, 2012. – 608 с.
5. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур // Проблемы теории и практики управления. – 2013 - №3. – С. 76-81.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Мохирева А.Н.

Научный руководитель: д.э.н., профессор Якимова Л.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Аннотация: В статье рассматривается проблема кадрового потенциала АПК Красноярского края. Выделены основные направления повышения кадрового обеспечения АПК при непосредственном участии Министерства сельского хозяйства Красноярского края.

Ключевые слова: Агропромышленный комплекс, кадровое обеспечение, сельскохозяйственные организации, программа, образование, Красноярский край, хозяйство, мероприятия.

Доминирующая роль в регулировании социальных процессов в России, и в частности в Красноярском крае принадлежит государству, на которое возлагается решение обширного круга вопросов, связанных с воспроизводством рабочей силы. Государственная поддержка кадрового потенциала выражается социальной и кадровой политикой, где приоритетной является кадровая политика.

Кадровое обеспечение считается одной из основных проблем организации и управления агропромышленным комплексом Красноярского края. Процессы происходящие сегодня характеризуются модернизацией экономики, введением новых технологических способов производства, поиском возможностей для интенсивного использования трудового потенциала общества. В этом контексте одной из главных составляющих эффективности производства считается кадровое обеспечение, являющееся одним из направлений кадровой политики.

Итог формирования состава персонала, соответствующего по своим характеристикам целям организаций АПК, ориентирован на совершенствование профессионального потенциала данных учреждений. В современных условиях основную значимость в совершенствовании кадрового обеспечения АПК Красноярского призвано выполнять, прежде всего, Министерство сельского хозяйства и подведомственные научно-образовательные организации, учреждения.

Уровень обеспеченности аграрных организаций Красноярского края квалифицированными кадрами существенно ниже средних показателей по России и Сибирскому федеральному округу.

Привлекательность работы в аграрном производстве для выпускников сельскохозяйственных образовательных учреждений довольно низкая. Несмотря на сохраняющиеся объемы подготовки молодых специалистов в образовательных учреждениях высшего, среднего и начального профессионального образования сельскохозяйственного профиля в аграрных организациях трудоустраивается не более 13%. Финансовое положение аграрных организаций, не позволяет обеспечить им приличную заработную оплату, а также другие виды материальной помощи. Согласно предварительным данным Красноярскстата среднемесячная заработная плата на одного сотрудника, занятого в аграрном производстве, в 2015 г. составила 16 874,4рубля, когда среднемесячная заработная плата сотрудников всех видов деятельности – 37 097 рубля, то есть размер прибыли многих молодых семей и молодых специалистов, трудящихся в организациях отрасли, не дает возможность гарантировать хороший уровень жизни. Часть молодых семей и молодых специалистов, живущих в сельской местности и улучшивших жилищные условия, от общего числа изъявивших стремление улучшить жилищные условия с государственной помощью является 23, 4 % [3].

Система кадрового обеспечения обязана содержать механизмы от профессиональной ориентации сельской молодежи вплоть до подготовки и дополнительного профессионального образования руководителей и специалистов сельскохозяйственных учреждений различных форм

собственности, а кроме того укрепления молодых специалистов и молодых рабочих в сельской местности.

Данная цель будет достигнута за счет осуществлении следующих задач:

1. Повышение профессионального уровня работников и служащих сельскохозяйственных товаропроизводителей, учреждений агропромышленного ансамбля.

2. Стимулирование сотрудников к повышению уровня профессионализма и повышение престижа работы в аграрном производстве.

3. Создание условий по привлечению и закреплению молодых профессионалов и молодых рабочих в агропромышленном комплексе края.

4. Укрепление материально-технической базы краевых государственных образовательных учреждений среднего профессионального образования, осуществляющих подготовку высококвалифицированных кадров для агропромышленного комплекса края.

Для достижения поставленных целей и задач. Министерство сельского хозяйства и продовольственной политики Красноярского края разработало программу «Развитие сельского хозяйства, регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольственной продукции на 2014-2020 г.» в рамках этой программы существуют такие подпрограммы как:

- «Поддержка малых форм хозяйствования» на 2014-2020 годы:

Субсидии на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях, и займам, полученным в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах на развитие малых форм хозяйствования; субсидии гражданам, ведущим личное подсобное хозяйство, на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, на развитие несельскохозяйственных видов деятельности в сельской местности на срок до 5 лет; субсидии на компенсацию части затрат, связанных с закупом животноводческой продукции у населения края; субсидии на возмещение части затрат при оформлении в собственность используемых земельных участков из земель сельскохозяйственного назначения.

- «Кадровое обеспечение агропромышленного комплекса края» на 2014-2020 годы:

Социальные выплаты на обустройство молодым специалистам, молодым рабочим; Социальные выплаты на компенсацию затрат связанных с получением высшего образования по очно-заочной, заочной форме обучения; субсидии сельскохозяйственным товаропроизводителям на компенсацию части затрат, связанных с выплатой заработной платы молодому специалисту; приобретение изделий автомобильной промышленности, тракторов и сельскохозяйственных машин для укрепления материально-технической базы краевых государственных образовательных учреждений среднего профессионального образования, осуществляющих подготовку кадров по направлению «Сельское и рыбное хозяйство»

- «Устойчивое развитие сельских территорий» на 2014-2020 годы:

Субсидии на приобретение жилого помещения в сельской местности, находящегося в эксплуатации не более 5 лет с момента его ввода; субсидии на строительство жилого дома; субсидии на участие в долевом строительстве жилых домой в сельской местности; субсидии на уплату первоначального взноса, а так же на погашение основного долга и уплату процентов по ипотечному кредиту.

Министерство сельского хозяйства и продовольственной политики Красноярского края дает прогноз, что осуществление мероприятий предусмотренных подпрограммой «Кадровое обеспечение агропромышленного комплекса края» к 2020 г. позволит создать условия для преодоления кадрового дефицита в организациях агропромышленного комплекса края сельской территории посредством предоставления государственной помощи молодым специалистам и молодым рабочим. С целью формирования аграрных территорий и защиты интересов малых форм хозяйствования в аграрной территории, станет образовано не меньше 696 рабочих мест. Среднемесячная номинальная заработная плата сотрудников, занимающихся в области аграрного хозяйства достигнет 26 656,2 руб. Предоставление квалифицированных специалистов доступным жильем, даст возможность сформировать условия с целью снижения миграционной убыли молодежи из села [1].

По сведениям Официального портала «Красноярский край» за 2015 год из федерального бюджета перечислено получателям дотаций в объеме 1787,3 миллионов. В реестр субъектов агропромышленного комплекса Красноярского края включен 91 сельскохозяйственный потребительский кооператив. Кооперативы сформированы в 30 муниципальных районах и объединяют 3697граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, 74 крестьянских (фермерских)

хозяйств и 100 юридических лиц По представленным сведениям число трудящихся в кооперативах составляет 477 людей. Приказом Министерства утвержден сводный список участников мероприятия – получателей социальных выплат и получателей жилья согласно договору найма жилого помещения, в который вступило 130 граждан, в том числе молодых семей и молодых специалистов. Кроме того, в 2015 г. были предусмотрены средства краевого бюджета на реализацию мероприятия по предоставлению субсидий учреждениям АПК в построение жилья, предоставляемого согласно договору найма сотрудникам предприятия в размере 41,6 млн. руб. В перечень учреждений АПК получателей дотаций в построение жилища вступили 2 компании – ЗАО «Назаровское» Назаровский район и ЗАО «Солгонское» Ужурский район. Намечается то что организациями агропромышленного комплекса будет возведено 44 жилых помещения. Для решения проблемы повышения профессионального уровня работников и служащих сельскохозяйственных товаропроизводителей, организаций агропромышленного комплекса в 2015 г. были предусмотрены средства краевого бюджета в сумме 1,02 млн. руб. на оплату услуг дополнительного профессионального образования рабочих сельскохозяйственных товаропроизводителей и организаций АПК. [2]

Таким образом обоснована роль государственной поддержки кадрового потенциала АПК, которая осуществляется посредство социальной и кадровой политики государства. Социальная политики определяет базовые условия трудовой деятельности, которые должны предотвращать разрушение кадрового потенциала и способствовать его развитию. Кадровая политика влияет на воспроизводство данного потенциала через технологию производства, обеспечивающую формирование и реализацию психофизических образовательно-квалифицированных и личностных качеств работника. Определено, что выбранная государством стратегия развития кадрового потенциала АПК определяет реальные возможности повышения эффективности формирования и развития кадрового потенциала в отраслях народного хозяйства, в регионе и, как следствие, определяет скорость и эффективность структурного преобразования социально-экономического комплекса региона в систему конкурентоспособного рыночного хозяйства.

Список литературы:

1. Официальный интернет-портал Министерство Сельского Хозяйства Красноярского края – [электронный ресурс] - Режим доступа - URL: http://krasagro.ru/
2. Официальный портал Красноярский край – [электронный ресурс] - Режим доступа - URL:http://krskstate.ru/
3. Официальный портал «Центр документационно-информационного и транспортного обеспечения министерства сельского хозяйства края и службы Гостехнадзоракрая»– [электронный ресурс] - Режим доступа - URL: http://krasikc-apk.ru//

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Келлер К. К.

Научный руководитель:ассистент Кишкан В.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящее время малый бизнес является основным элементом экономической системы, который способствует понижению безработице, создаются новые места, который способствует развитию в обществе. Таким образом, предпринимательство помогает развиваться государству.

Развитие малого бизнеса в России развивается постепенно, постепенно набирается опыт, постепенно входят в экономику, и становятся частью развития малого бизнеса.

Для того чтобы стать предпринимателем, предприниматель имеет несколько вариантов это:

- бизнес без вложений;
- бизнес с вложениями;
- покупкой готового бизнеса.

Государство взаимодействует с предпринимателями они предоставляют, поддержки малому бизнесу. Основное положения государственной политики в отношении малого бизнеса были сформулированы в Постановлении Правительства РФ от 11 мая 1993 года №446 « О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в РФ»

Постановление предусматривало целый комплекс первоочередных мер по стимулированию и государственной поддержке малых предприятий:

- освобождение от налогообложения прибыли, накопленной за определенный период и используемой для развития собственного производства;

- установление льготных ставок налога на прибыль малых предприятий в третий и четвертый года работы с момента их регистрации;
- возмещение налога на добавленную стоимость, уплачиваемого малыми предприятиями поставщикам оборудования и иных основных средств;
- освобождение от налога на прибыль средств негосударственных юридических лиц, от подоходного налога — физических лиц, направляемых в Фонд поддержки предпринимательства и развития конкуренции и аналогичные государственные фонды, создаваемые органами власти и управления субъектов РФ и органами местного самоуправления;
- предоставление льгот по налогообложению доходов коммерческих банков, выделяющих кредиты малым предприятиям производственного профиля;
- распространение на малые предприятия, образованные в результате выделения (разделения) предприятий-монополистов, при условии их приватизации, льгот по налогообложению, установленных для вновь созданных малых предприятий;
- сохранение налоговых льгот для малых предприятий при их приватизации;
- уточнение порядка и срока взимания налога на прибыль и налога на добавленную стоимость для малых предприятий.

Кроме того, в постановлении были названы приоритетные с точки зрения интересов государства виды деятельности:

- производство и переработка сельскохозяйственной продукции;
- производство продовольственных и промышленных товаров, товаров народного потребления, лекарственных препаратов и медицинской техники;
- оказание производственных, коммунальных и бытовых услуг;
- строительство объектов жилищного, производственного и социального назначения;
- инновационная деятельность.

Правовая база регулирования и поддержки малого бизнеса не исчерпывается вышеназванными законодательными и нормативными актами были перечислены лишь основные. Особое место занимает в ней налоговое, арбитражное, трудовое, уголовное законодательство.

Большую роль в поддержке малого предпринимательства играет и законодательство субъектов РФ, а также формирование в стране органов, претворяющих в жизнь законы и постановления.

Органы государственной поддержки и регулирования малого бизнеса. До недавнего времени поддержка малого предпринимательства в России возлагалась на несколько министерств и ведомств: Минэкономики, Минфин, Миннауки, МВЭС, Минтруд, ГКАП, ФСЗ, Госкомпром РФ и др., многие из которых и сегодня остаются основными исполнителями федеральных программ, для чего в этих органах государственного управления были созданы соответствующие подразделения (департаменты, отделы).

Система государственной поддержки малого бизнеса на федеральном уровне формировалась в значительной мере стихийно. Зачастую задачи, поставленные перед ведомством, не отвечали его основным функциям, сфере деятельности и уровню ответственности и даже противоречили ведомственным интересам. Из-за плохой координации действий некоторые функции дублировались, а другие оставались бесхозными, а в итоге имело место распыление и без того скудных ресурсов. Оставляла желать лучшего достоверность циркулирующей в системе информации.

К примеру сказать, Минэкономики РФ, благоволившее исключительно к промышленным гигантам, практически не учитывало интересов малого бизнеса при разработке и реализации федеральных программ. Минфин, последовательно проводя политику усиления налогового давления, не делал послаблений малым предприятиям, стремился лишить их льгот, не выделял предназначенных для поддержки малого бизнеса ассигнований.

В качестве основополагающих в законе перечислены следующие направления:

- формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства;
- создание льготных условий для использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, научно-технических разработок и технологий;
- установление упрощенного порядка регистрации субъектов малого предпринимательства, лицензирования их деятельности, сертификации их продукции, представления государственной статистической и бухгалтерской отчетности;

- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая содействие развитию торговых, научно-технических, производственных, информационных связей с зарубежными партнерами;
- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий.

Предусмотренное законом льготное кредитование и страхование субъектов малого бизнеса базируется на компенсации разницы кредитным и страховым организациям за счет средств фондов поддержки малого предпринимательства. Размер, порядок и условия компенсации устанавливаются договором между кредитной организацией и соответствующим фондом.[1]

Организации, кредитующие субъектов малого бизнеса на льготных условиях, пользуются льготами в порядке, установленном законодательством РФ и субъекте» РФ.

Фонды поддержки малого предпринимательства вправе компенсировать страховым организациям полностью или частично недополученные доходы при страховании на льготных условиях малых предприятий.

Цели, принципы и направления помощи российскому малому бизнесу фиксируются в государственных программах, которые, будучи подкреплены материальными, информационными, финансовыми, кадровыми и прочими ресурсами, становятся основной формой проведения в жизнь государственной политики. В отличие от зарубежной практики, которая предполагает разработку многочисленных узкопрофильных проектов, в России составляются несколько комплексных федеральных и региональных программ, рассчитанных, как правило, на ДМ года.

Так, Постановлением Правительства РФ от 29апреля 1994г. была одобрена Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства.

Список литературы:

1. Муравьев А. И., Игнатьев А. М., Крутик А. Б., Малый бизнес, 2010/ Экономика, организация, финансы/ А. И. Муравьев, А. М. Игнатьев, А. Б. Крутик. Стр. 98

КОРПОРАТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КРУПНОЙ КОРПОРАЦИИ

Григорян А.Г.

Научный руководитель: ассистент Кишкан В.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Нестабильные экономические условия в России, которые явились результатом кризисного и посткризисного периодов развития отечественной экономики, отразились не только на малом и среднем бизнесе, но и на крупных корпоративных структурах. Усложнение деятельности в крупной компании (корпорации) сопровождается непрерывным ростом рисков хозяйствования. В этих условиях корпорация должна эффективно работать, преодолевая расширение степени неопределенности и рисков в окружающей среде. В связи с чем проблема управления рисками предприятия становится особенно актуальной и требует планового многоуровневого подхода.

Особенности такого подхода исходят из самого определения корпорации, которое подразумевает объединение нескольких лиц для достижения общих целей, для осуществления совместной предпринимательской деятельности и т.д. Все участники корпорации образуют самостоятельный объект права - юридическое лицо. Чаще всего корпорации организуются в форме акционерного общества. В связи с этим, стратегические планы предприятия, которое связано с массой других участников его деятельности, разрабатываются в расчете на некоторые фиксированные условия или, по крайней мере, на их более или менее предсказуемое развитие. Специфика таких объединений предполагает увеличение как количества рисковых ситуаций, так и возможного ущерба от них.

В современных рыночных условиях исследователи выделяют следующие категории рисков, с которыми наиболее часто сталкиваются корпоративные объединения: коммерческие, финансовые и юридические. Коммерческий риск - это риск, возникающий при проведении бизнес-операций, осуществлении сделок. Он состоит в возможном снижении, потере доходов предприятия из-за действий, решений в условиях неопределенности, недостатка информации о состоянии рынка. К коммерческим рискам относится и деятельность так или иначе связанная с окружающей средой, а также рыночный риск. Он состоит в том, что стоимость финансового инструмента будет колебаться в результате изменения рыночных цен. Иными словами - волатильность. Суть финансового риска сводится к тому, что это риск того, что потоки наличности окажутся недостаточными для выполнения финансовых обязательств предприятия. Другими словами это риск, которому

подвергаются акционеры предприятия, использующего заемные средства» собственный капитал. Юридический риск представляет собой риск того, что соглашен между участниками окажется невозможным выполнить по действующему законодатель, или же, что соглашение окажется не надлежащим образом оформленным. Это риск потерь из-за пробелов или нарушения юридических требований действующего законодательства. Управление рисками начинается с выявления и оценки всех возможных угроз, с которыми компания сталкивается в процессе своей деятельности. Затем осуществляется поиск альтернатив, то есть рассматриваются менее рискованные варианты осуществление деятельности с возможностью получения тех же доходов. После того как риски выявлены и оценены, руководство должно решить, принимать эти риски или уклоняться от них. Принятие рисков подразумевает, что компания берет на себя ответственность по самостоятельному предотвращению и ликвидации последствий этих рисков. Руководство компании также может уклоняться от рисков, то есть либо избегать видов деятельности связанных с данными рисками, либо страховать их. Решение о принятии или уклонении от тех или иных рисков во многом зависит от реализуемой компанией стратегии и так называемого отношения к риску.

В сущности, как правомерно отмечает Н.В. Кириллова, управление рисками, направленное на обеспечение стратегической и оперативной устойчивости корпорации, долговременной конкурентоспособности продукции, обуславливает необходимость формирования системы корпоративного страхования.

Страхование является основным и достаточно универсальным способом передачи риска профессиональной организации - страховщику, хотя можно передать риск убытков, вызванных, например, действиями злонамеренных лиц на ответственность специальной охраны материального объекта. Сложившаяся система корпоративного страхования преимущественно ориентирована хозяйствующими субъектами на решение отдельных задач, как то страхование единичных или нескольких рисков, а также фрагментарное использование отдельных видов страхования в финансовом менеджменте предприятия.

Страховой механизм предполагает множественность договоров страхования, целую систему, обеспечивающую компенсацию возможных убытков на самых разных этапах деятельности организаций и в зависимости от рода этой деятельности. Построению системы страхования предприятия должен предшествовать анализ процессов, в которых могут присутствовать убытки, оценка событий, порождающих эти убытки с точки зрения возможности применения страхования для их компенсации, оценка цены этого страхования и анализ его эффективности.

Обеспечение всех видов страховой защиты предприятия находит отражение в одном из главных принципов организации корпоративного страхования -принципе комплексности. Он заключается в учете всех страховых рисков организации. Другими же принципами являются принципы комбинирования, долгосрочности и принцип одного страховщика. Принцип планирования отражается при рассмотрении корпоративного страхования с точки зрения инструмента управления финансовыми потоками предприятия. Эффект комплексного комбинированного страхования реализуется при корпоративном страховании у одного страховщика или в рамках одного страхового пула, поэтому принципом корпоративного страхования является принцип одного страховщика.

Принцип долгосрочности также исходит из содержания корпоративного страхования. Охранение и увеличение финансовых потоков при корпоративном страховании, Финансирование страховщиком предупредительных мероприятий, использование концепции взаимности на микроуровне в страховом ценообразовании и тд. обеспечиваются организацией корпоративного страхования на долгосрочной основе.

Становится очевидным, что корпоративное страхование не представляет собой отдельный вид страхования, оно включает в себя полный комплекс страховых услуг, оказываемый страховой компанией корпоративному клиенту. Таким образом, корпоративное страхование выступает в роли метода обобщения и подбора страховых операций проводимых в интересах той или иной корпорации и предполагает:

- формирование структур управления рисками предприятий;
- комплекс методов выявления и оценки рисков;
- идентификацию страховых рисков;
- механизмы проведения внутреннего производственного аудита и сопоставление его результатов с результатами сюрвейерских оценок;
- методы оценки имущества предприятий в целях определения страховой стоимости (предприятием-страхователем и независимыми оценочными компаниями);

- методы определения страховых сумм по страхованию перерывов производи®-ответственности и страхованию персонала[1].

Сегодня корпоративное страхование становится одной из приоритетных направлений работы страховых компаний. Приведем несколько примеров компаний, выбравших в качестве основной специализации корпоративное страхование.

Корпоративные клиенты получают весьма значительные скидки на услуги корпоративного страхования, потому что пользуются услугами страховщика «оптом». При этом страховщики идут навстречу и стараются сделать максимально выгодное предложение корпоративным клиентам, потому что сотрудничать с ними весьма выгодно. Используется корпоративное страхование и небольшими компаниями, которые намерены позиционировать себя как серьёзного партнёра в бизнесе.

С точки зрения практики страхования в современных экономических условиях важно также учитывать фактор бюджета той или иной организации. Сокращение затрат на страхование обеспечивается использованием более низких страховых тарифов, рассчитанных с учетом взаимосвязи страховых рисков, минимальными затратами по обслуживанию договоров комплексного корпоративного страхования, а также за счет проведения корпоративного страхования на долгосрочной основе. Снижение затрат на корпоративное страхование достигается в случаях, когда тарифная ставка строится таким образом, что корпоративный клиент платит за сглаживание ежегодных убытков и покрытие ущербов от проявления катастрофических рисков. В данном случае у экономических субъектов существенно возрастает значение фонда самострахования, который является финансовым инструментом страховой защиты на микроуровне. С помощью фонда самострахования предприятие оперативно преодолевает временные затруднения, связанные с осуществлением хозяйственной деятельности[2].

Корпоративное страхование позволяет реализовать принцип взаимности на микроуровне когда с учетом многолетней статистики страховые взносы экономических субъектов коррелируют с их среднегодовыми убытками. При такой форме организации страховых отношений на предприятии формируется действенный экономический механизм, стимулирующий корпоративного страхователя снижать затраты на страхование, используя арсенал риск-менеджмента. В результате у предприятия появляется мощная экономическая мотивация уменьшения степени риска для сокращения затрат на страхование и, таким образом, повышается эффективность бизнеса экономического субъекта. Важно при этом отметить, что при корпоративном страховании страховая организация не только активно принимает участие в разработке программ управления рисками на предприятии, но и участвует в их финансировании.

Исходя из выше отмеченного, мы можем заключить, что основным носителем главных видов рисков является инвестор, который финансирует реализацию предпринимательской деятельности. Корпорации, являясь крупнейшим бизнес-образованием, в течение всего жизненного цикла предприятия, сталкиваясь с этими рисками, имеют необходимость обеспечения безопасности перед непредвиденными ситуациями и различными колебаниями на рынке. Корпоративное страхование становится одним из наиболее эффективных методов 'правления рисками крупных предприятий, поскольку оно включает в себя комплекс различных мер по защите тех или иных интересов компании. Грамотный подход к осуществлению программ страхования корпораций в долгосрочной перспективе развития может не только привести к минимизации убытков, но и помочь в более успешном и эффективном управлении персоналом и сократить угрозу для большего числа потенциальных и настоящих клиентов организации.

Список литературы:

1. Пикфорд Дж. Управление рисками. М.: Вершина, 2014
2. Никитина Т.В. Страхование коммерческих и финансовых рисков. СПб.: Питер, 2014.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ГСХУ «УЧХОЗ «МИНДЕРЛИНСКОЕ»

Марусич А.А.

Научный руководитель: д.э.н, профессор Якимова Л.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Главным элементом организации являются ее сотрудники. Кадровая политика организации образует основу для формирования системы работы с людьми, она служит главной отправной точкой для управленцев при принятии решений в отношении сотрудников. Кадровая политика является важнейшей составной частью управления организацией. В этом качестве она находит свое

воплощение в совокупности принципов и технологий, распространяющихся на всю систему работы с кадрами и призванных обеспечить достижение целей и задач организации.[1]

Актуальность темы определена в теоретическом рассмотрении и практическом обосновании кадровой политики предприятия в управлении персоналом в условиях рыночной экономики.

Цель работы – совершенствование кадровой политики ГСХУ «Учхоз «Миндерлинское».

Необходимость стратегического управления в российских условиях определяется следующими причинами. Во-первых, за десять лет радикально изменилась среда, в которой действуют отечественные предприятия. Неустойчивое экономическое положение многих организаций связано с отсутствием у большинства руководителей глубоких экономических знаний, управленческих навыков и опыта работы в условиях конкуренции,необходимостью приспособления организаций к постоянно изменяющимся условиям внешней среды.[2]

Во-вторых, уход от централизованного планирования деятельности организаций, приватизация и весь ход экономических преобразований в России требуют от руководителей умения предвидеть, формулировать свою стратегию, определять свои достоинства и конкурентные преимущества, предотвращать стратегические угрозы и опасности, т.е. использовать все инструменты стратегического управления.

В-третьих, применение идей и принципов стратегического менеджмента, проведение изменений в системе управления актуальны не только для крупных компаний, с которыми было связано появление стратегического управления, но я для средних и даже малых по размеру предприятий. Это объясняется тем, что знание стратегии своего развития, умение реагировать на изменения ситуации, активно приводить в жизнь разработанную политику, создать команду единомышленников важны для любого предприятия. Кадровая политика в первую очередь предусматривает формирование стратегии управления персоналом организации, которая учитывает стратегию развития организации.[3]

Рассмотрим кадровую политику на примере ГСХУ «УЧХОЗ«Миндерлинское». Учреждение является сельскохозяйственным производителем для изучения и апробирования новейших технологий и обеспечения условий обучения студентов КрасГАУ. Основными видами деятельности являются: обучение и подготовка кадров, производство элитных семян зерновых культур и производство продукции животноводства.

Таблица 1 – Динамика финансовых результатов в Учхозе «Миндерлинское» на 2013-2015г., тыс.руб.

Показатели	Ед.измерен.	2013г.	2014г.	2015г.	2013г.к 2015г.
1	2	3	4	5	6
Среднесписочная численность работников	чел.	100	96	98	
Фонд оплаты труда	т.руб.	10384	10866	11433	+1049
в т.ч. занятых в основном производстве	т.руб.	9136	9729	10209	
Средняя заработная плата на 1 работника	руб.	8653	9430	9700	+1047
в т.ч. трактористы	руб.	9500	10140	10140	
животноводы	руб.	7600	8600	8700	
Произведено валовой продукции	т.руб.	55163	48252	57402	
Произведено валовой продукции на 1работника	т.руб.	552	503	586	+34
Произведено капитальных вложений	т.руб.	3435	523	2365	
Начислено налогов и сборов	т.руб.	2906	2717	4375	+1469
Уплачено налогов и сборов	т.руб.	3006	2097	3945	+939
Задолженность по налогам и сборам	т.руб.	2401	3043	3465	
Получено субсидий всего	т.руб.	5555	3231	4206	
в т.ч. растениеводство	т.руб.	2045	1209	2193	
животноводство	т.руб.	2119	2022	1833	
прочие	т.руб.	1391	0	180	
Выручка от реализации продукции	т.руб.	31481	31199	34160	+2679
Себестоимость реализованной продукции	т.руб.	25710	27985	28710	
Чистая прибыль	т.руб.	8379	3505	5450	+2929

Предприятие сегодня испытывает сложности в вопросах кадров – недостаток специалистов. Специалисты не работают на предприятии более 2 лет, что существенно сказывается на качестве продукции, количестве и процессе производства. Основная причина – низкие заработные платы, удаленность от краевого центра, бесперспективность в плане роста для молодого сотрудника.

Персонал предприятия также жалуется на высокие требования руководства при неадекватной оплате требованием.

Второй проблемой является недостаток дисциплины, свойственные неквалифицированной рабочей силы, а также средний возраст сотрудников. Молодежь из ближайшего села преимущественно уезжает в город, потому кадровый резерв предприятия не пополняется молодыми кадрами. Посильная предприятию мотивация для персонала сегодня не является интересной для кадров.

Общая характеристика кадрового потенциала может быть определена как низкая, преимущественно из-за слабой мотивации персонала к труду, отсутствие возможности карьерного роста для квалифицированного персонала, недостатка в трудовых ресурсах в крае. Организационная структура линейно-функциональная.

На предприятии отсутствует корпоративная культура. Престиж и имидж предприятия низкий и не сформированный. На предприятие не стремятся специалисты, о предприятии на территории края знает лишь ограниченный круг лиц. Интересы высшего руководства не связаны с развитием предприятия и освоением новых рынков, а направлены на сохранение имеющегося положения на стабильном уровне. Отчасти, это зависит от того, что предприятие является структурным подразделение государственного учреждения. Что касается системы коммуникаций на предприятии, то имеют место быть информационные фильтры, мешающие беспрепятственному прохождению информации от высшего звена руководства к низшим звеном предприятия. Обусловлено архаичностью принципов предприятия, перенимаемых от головного учреждения.

В связи с этим было решено порекомендовать провести ряд улучшающих мероприятий.

Необходимо совершенствовать систему найма и отбора персонала. Так как предприятие находится в сельских территориях и удалено от районного центра, необходимо привлекать сотрудников через различные средства массовой информации.

Совершенствование и разработка системы адаптации персонала с целью удержания вновь пришедшего на предприятие сотрудника. Предлагается ввести систему наставничества, которая является эффективной как для вновь пришедшего сотрудника, так и для уже работающего наставника.

В связи со сложившейся на предприятии ситуацией, такой как отсутствие кадровой политики и невозможности ее формирования, необходимо, выделить штатную единицу с функционалом «Менеджер по управлению персоналом».

Внедрение должности менеджера по управлению персоналом в ГСХУ «Учхоз «Миндерлинское», приведет к дополнительным затратам.

Приблизительный расчет затрат на привлечение менеджера по управлению персоналом представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Затраты на привлечения менеджера по управлению персоналом

Статьи затрат	Характеристика	Затраты, руб.
Подача объявления в СМИ	1 раз в газету	320
	1 раз на телевидении	2000
	интернет	-
Собеседования	2 часа – заместитель директора (250 р./час)	500
Оформление документов при приеме на работу	В среднем 3 часа на сотрудника (250 р./час)	750
Итого		3570

Таблица 3 – Затраты на содержание в штате менеджера по управлению персоналом

Статья затрат	Ежемесячные затрат, руб.	Ежегодные затраты, руб.
Заработная плата	15 000	180 000
ЕСН	4500	54 000
Итого	19500	234 000

Предложенное мероприятие по введению в штат менеджера по управлению персоналом позволит решить выявленные проблемы в системе управления персоналом, что в свою очередь улучшит показатели деятельности ГСХУ «Учхоз «Миндерлинское».
Опыт сельскохозяйственных предприятий показал, что после внедрения должности менеджера по управлению персоналом, финансовые результаты ГСХУ «Учхоз «Миндерлинское» увеличатся на 5%.

Таблица 4 – Расчет экономической эффективности от предложенных мероприятий

Показатели	до внедрения мероприятия	после внедрения мероприятия
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	34160	35868
Себестоимость, тыс. руб.	28710	28944
Чистая прибыль, тыс. руб.	5450	6924

Произведенный расчет экономической эффективности показал, целесообразность введения должности менеджера по управлению персоналом в ГСХУ «Учхоз» Миндерлинское», в связи с прогнозируемым увеличением чистой прибыли предприятия на 1474 тыс.руб. .

Внедрение данной специальности на предприятие значительно увеличит производительность труда, поможет решить проблему с недостатком кадров, а так же мотивацией уже имеющего персонала.

Список литературы:

1. Байтасов Р.Р. Управление персоналом: конспект лекций/ Р.Р. Байтасов. – Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 351 с. – (Зачет и экзамен)

2. Бугаков, В.М. Управление персоналом: Учебное пособие / В.П. Бычков, В.М. Бугаков, В.Н. Гончаров; Под ред. В.П. Бычкова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 237 с.

3. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: Учеб.пособие. – М.: ИНФА-М,2011. – 301с. – (Высшее образование)

4. Маслова В.М. Управление персоналом: Учебник для бакаларов/ В.М. Маслова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 492с. – Серия: Бакалавр, Базовый курс.

5. Яхонтова, Е.С. Стратегическое управление персоналом: Учебное пособие / Е.С. Яхонтова. - М.: ИД Дело РАНХиГС, 2013. - 384 с.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Сапожников М.А.

Научный руководитель: д.э.н., профессор Якимова Л.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современных условиях быстро меняющейся внешней среды непрерывно увеличивается число конфликтов в организациях. Это обусловлено рядом факторов, как внешних, так и внутренних. Каждый сотрудник той или иной организации испытывает определенные сложности, связанные со своей профессиональной деятельностью. Сотрудник может быть недоволен занимаемой должностью, уровнем оплаты труда, и так далее, все эти причины негативно сказываются на работе.

Конфликты в организации могут быть разных видов, в зависимости о того, какой вид конфликта существует в данный момент, решение по нему будет приниматься учитывая все его особенности.

К решению проблем, связанных с конфликтами нужно подходить комплексно, для того, чтобы проанализировать причины возникновения, найти способы их устранения и предотвратить их в будущем. Грамотные и рациональные действия при возникновении конфликтных ситуаций позволят в кратчайшие сроки исчерпать конфликт, не навредив деятельности организации в целом.

Одним из основных способов управления конфликтами является их преждевременное предупреждение. Преждевременное предупреждение конфликтов позволяет заранее увидеть процесс зарождения недопонимания, оценить масштаб возникающей проблемы, определить способы решения данной ситуации и применить их на ранней стадии.

Сотрудник любой организации, которому подчиняется определенное количество человек, в первую очередь несет ответственность за преждевременное предупреждение конфликтных ситуаций. Он, согласно должностной инструкции, координирует работу своих коллег, следит за своевременным и качественным исполнением надлежащих обязанностей, а также напрямую отвечает за обстановку в коллективе. Для того, чтобы эффективно оценить в каком расположении по отношению к коллективу

и к организации находится сотрудник, целесообразно устраивать встречи с коллективом в нерабочее время. Тематика подобных встреч может быть, как обсуждение заранее выбранной и прочтенной книги, просмотр фильмов, прямо или косвенно относящихся к профессиональной сфере организации, так и посещение культурных мероприятий и их дальнейшее обсуждение в уютной обстановке, в которой каждый сотрудник сможет раскрыться. Основной задачей для руководителя в данный момент проследить, какие взаимоотношения присутствуют между сотрудниками в коллективе. При проведении данных мероприятий четко прослеживаются насколько сотрудник готов к общению, интересно ли ему проводить время в коллективе, либо, наоборот, он замкнут, избегает диалога, периодически посматривая на часы. После проведения подобной встречи с коллективом в нерабочее время, руководитель должен проанализировать каждый диалог, каждую сказанную фразу, так как именно в такой обстановки можно уловить намек на зарождающийся конфликт.

При обнаружении назревающего конфликта, руководителю необходимо предотвратить его на ранней стадии, для этого целесообразно сделать упор на укрепление сотрудничества, которое последовательно осуществляется как на социальном, так и на психологическом уровне. Поддержание и укрепление сотрудничества, отношений взаимовыручки является центральной проблемой всей тактики предупреждения конфликта. Ее решение носит комплексный характер [1]. Целесообразно использовать социально-психологические методы, ориентированные на корректировку мыслей, чувств и настроений людей:

1. Метод согласия предполагает проведение мероприятий, нацеленных на вовлечение потенциальных конфликтантов в общее дело.

2. Метод доброжелательности - развитие способности к сопереживанию и сочувствию другим людям.

3. Метод сохранения репутации партнера, уважения к его достоинству. Признавая достоинство и авторитет оппонента, мы тем самым стимулируем соответствующее отношение партнера к нашему достоинству и авторитету.

4. Метод взаимного дополнения предполагает опору на такие способности партнера, какими не располагаем мы сами.

5. Метод недопущения дискриминации людей требует исключения подчеркивания превосходства одного партнера над другим [2].

Список литературы:

1. Анцупов А.Я. Конфликтология в схемах и комментариях: Учебное пособие / А.Я.Анцупов, С.В.Баклановский. - СПб.: Питер, 2011. - 304 с.

2. Брылина И.В. Конфликтология в социальной работе. учебное пособие / И.В.Брылина. - Томск: ТПУ, 2012. - 104 с.

УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Сабельников С.А.

Научный руководитель: д.э.н.., профессор Якимова.Л.А

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Управление карьерой персонала предприятия является неотъемлемой частью эффективного развития каждой организации. В настоящее время делается большой акцент на человеческий потенциал, на грамотное решение различный задач, на быструю адаптацию к изменяющимся условиям труда.

Карьера является неотъемлемой частью жизни почти для каждого человека. Чем престижней занимаемая должность и организация, тем выше статус человека, отсюда больше привилегий в обществе. Карьерный рост позволяет человеку раскрыться, добиться определенного морального удовлетворения от того, чем человек занимается. Поэтому карьерный рост является одним из главных мотивирующих средств любой организации.

Традиционно принято считать, что карьера представляет собой процесс профессионального, социального-экономического развития человека, выраженный в его продвижении по ступеням должностей, квалификации, статусов, вознаграждения и фиксируемый в определенной последовательности занимаемых на этих ступенях позиций. Другими словами, карьера – это развитие человека и освоение им социального пространства (если речь идет о межорганизационной карьере) или экспансия человека в организационном пространстве конкретного предприятия (если рассматривается внутриорганизационная карьера) [1].

Организация, требуя от сотрудника непрерывного совершенствования, должна мотивировать его не только материально, но и предоставлять возможность карьерного роста, как горизонтального,

так и вертикального. Сотрудник, который понимает, какую должность он бы хотел занять в будущем, и для этого есть все предпосылки, будет более эффективно выполнять поставленные задач и проявлять инициативу.

В современных условиях, когда каждая компания борется за свое место на рынке, очень важно иметь сотрудников, которые будут позиционировать себя единым целым с организацией. Организация, которая предлагает своим сотрудникам непрерывное развитие, возможность карьерного роста, обучение и совершенствование имеющихся навыков, получает более квалифицированных специалистов. Специалист, получая необходимые знания, с помощью тренингов, планерок, различных обучений, будет более лоялен к организации, тем самым его производительность труда будет только расти.

Одним из основных способов управления карьерой персонала является его развитие. Организация должна способствовать профессиональному росту своих сотрудников, всячески мотивируя их к обучению. Целесообразно проводить не только различные тренинги, но и устраивать встречи вне рабочих стен, для того, чтобы обсудить интересную, развивающую тему или идею. Дополнительно обучение должно быть не обязательным, организация должна предоставлять право своим сотрудникам на выбор. Именно благодаря этому, можно выявить сотрудников, которые стремятся к профессиональному росту.

Эффективным способом управления карьерой предприятия является формирование и развития кадрового резерва.

Если система кадрового резерва построена правильно и функционирует эффективно, то она соответствует следующим критериям:

1. В организации есть группа высококвалифицированных специалистов, с карьерным потенциалом, отобранная на основании четко обозначенных требованиях.
2. Организация способствует развитию данной группы специалистов с учетом их особенностей и потребностей предприятия. Данный процесс происходит с ориентацией на конкретные должности.
3. Всех специалистов включенных в данную группу в последствии назначают на управленческие должности, и они став ключевыми сотрудниками, приносят прибыль компании[2].

Эффективность от данного кадрового резерва достаточно высокая, так как он обеспечивает организации кадровую стабильность и повышает интерес сотрудников. Грамотно сформированный кадровый резерв поддерживает у сотрудников мотивацию к развитию, усиливает их лояльность компании, а также помогает удержать ключевых работников.

Список литературы:

1. Дятлов В.А. Управление персоналом/ В.А. Дятлов. - М.: 2010. - 378 с.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом/ А.П. Егорщин. - Н.Новгород.: 2009. -507 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА ПРОВЕДЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АУДИТА

Григорян К.Г.

Научный руководитель: ст.преподаватель Колоскова Ю. И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящее время для повышения эффективности управления в условиях организованного развития, как в зарубежной, так и в отечественной практике более существенным становится грамотное внедрение процессов, от которых зависит эффективность функционирования организации. В частности, речь идет о процессах контроля, анализа и оценки возникших ситуаций, оптимизации, синтеза и принятия управленческих решений, прогнозирования и оптимального планирования.

Как научная и практическая деятельность управленческий аудит возник за рубежом, в первую очередь, в США и Великобритании, на стыке аудита, анализа и менеджмента. Управленческий аудит представляет изучение деловых операций с целью выработки рекомендаций по экономичному и эффективному использованию ресурсов, достижению конечного результата и выработке политики компании [4].

Сегодня в России управленческий аудит также выделяется как один из основных видов внутреннего аудита наряду с аудитом финансовой отчетности, налоговым и ценовым аудитом, аудитом хозяйственной деятельности, аудитом на соответствие требованиям, специальным аудитом [5]. Управленческий аудит выполняет ряд функций: оценка соответствия совершенных операций правовым актам и регламентам экономического субъекта; проведение проверок звеньев управления;

подтверждение достоверности данных учета и отчетности; подготовка экономического субъекта к внешним аудиторским проверкам; экспертная оценка различных сторон функционирования организации; подготовка обоснованных предложений по устранению выявленных недостатков и рекомендаций по повышению эффективности управления. При этом рекомендации должны отвечать следующим требованиям: четкая аргументация и ориентация на принятие конкретных мер, исключение возможности опротестования или неоднозначной трактовки, адресность, то есть направление рекомендаций лицам, ответственным за принятие управленческих решений [1].

Цель управленческого аудита состоит в системной проверке эффективности функционирования системы управления и ее элементов (сегментов) снабжения, сбыта, ценообразования, учетно-аналитической подсистемы. Цель предопределяет основные задачи управленческого аудита: критический анализ организационно-правовой структуры предприятия; проблемная оценка системы управления; изучение снабженческо-сбытовой подсистемы, учетно-аналитической подсистемы и иных элементов системы управления; совершенствование управленческого учета и анализа, планирования; разработка отчетных форм и иной документации управленческого аудита.[3].

Систематическое проведение независимой оценки готовности фирмы к эффективному функционированию особенно важно перед приобретением предприятия или его целевом инвестировании. Для этого необходимо проделать обязательные процедуры, гарантирующие потенциальному инвестору эффективность и надежность вложения средств. Как правило, проверяются:

Технология управленческого аудита представляет собой определенную последовательность процедур, включающих следующие этапы (рис. 1):

1. Постановка проблемы представляет изучение информации о финансово-хозяйственной деятельности организации в целом (стратегия развития организации, определение границ бизнеса, финансовые данные, сведения об эффективности контроля и т.д.) и определение направлений аудиторского обследования (подготовка программы процедур управленческого аудита, составление план-графика, выбор методического инструментария и т.д.).

2. Сбор данных означает планирование и реализация процедур сбора данных (анализ документов, формирование информационной основы для оценки, уточнение содержания процедур, последовательность их реализации, критерии оценки качества, функциональные и информационные взаимодействия и др.). Результатом являются модели бизнес-процессов и ключевых функций, а также информационная модель организации.

3. Оценка и анализ информации представляет собой определение достаточности сведений для принятия обоснованного решения, касающегося рассматриваемой проблемы (анализ и проверка моделей на соответствие общепринятым стандартам управления, выявление недостатков в процедурах ключевых функций управления и бизнес-процессов и т.д.). Результатом анализа моделей является перечень требований к изменению системы управления организацией.

4. Формирование выводов и рекомендаций. Аудиторское заключение включает характеристику состояния эффективности системы управления в разрезе ее элементов, направлений деятельности по управлению в организации, рекомендации по совершенствованию системы управления.

В процессе управленческого аудита используются следующие традиционные инструменты сбора информации: наблюдения, беседа (интервью), вопросники (анкеты), оценка служащих, аудиторский эксперимент и др.

Для реализации целевой направленности управленческого аудита, собранную информацию подвергают аналитической обработке. В аудиторском исследовании сочетаются методы анализа (изучение собранного фактического материала) и синтеза (выведение общих закономерностей на основе собранного материала). Построение целого из частей, принятие решений на основании анализа фактов и разработка рекомендаций начинается во время анализа. Если аудитор определяет, что исследуемая проблема подчиняется действию известного ему общего правила, применяется метод дедукции. Отсутствие возможности отнести исследуемую ситуацию к «известному» общему знанию предполагает применение метода индукции, т.е. сбор и анализ необходимого объема фактического материала с целью выведения правила, действующего в данном случае. Конечным результатом комплекса услуг по управленческому аудиту является оптимизация системы управления на основе положений аудиторского заключения. Аудиторские процедуры позволяют сформировать оценку деятельности организации в области управления, мнение аудитора о ее текущей эффективности и путях ее повышения. Управленческий аудит прекращается после обнаружения

совокупности проблем, без практического решения которых не имеет смысла осуществлять дальнейшую диагностическую работу. Результаты управленческого аудита оформляются в форме заключения либо отчета, содержащего описание выполненных аудиторских процедур, их результаты, недостатки, обнаруженные в процессе аудита, рекомендации по совершенствованию политики и практики управления в организации.

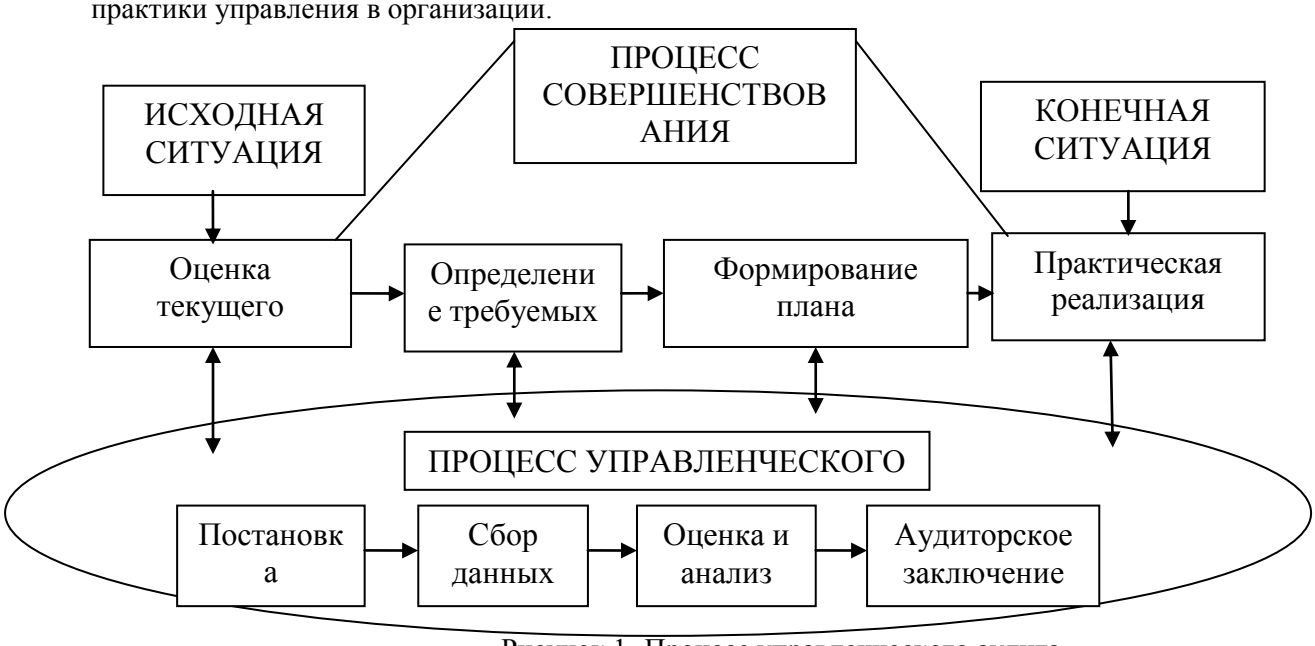


Рисунок 1- Процесс управленческого аудита

Аудиторское заключение может содержать несколько частей: для руководителей стратегического уровня управления организацией (заинтересованных и обладающих полномочиями для получении этой информации) и руководителей (специалистов) функциональных подразделений и специфических функций. Сотрудники, занимающиеся вопросами управленческих технологий, могут, пользуясь аудиторским отчетом, сконцентрироваться на проблемах, имеющих наибольший потенциал увеличения эффективности организации. Наиболее важное свойство аудиторского заключения – это возможность его использования для определения направлений развития в будущем, поскольку знание о настоящем состоянии позволяет планировать, устанавливать цели, которые в дальнейшем можно использовать в качестве стандартов оценки. Управленческий аудит может проводиться в форме разовой проверки или иметь регулярный характер. Несомненно, что для целей эффективного развития организации управленческий аудит необходимо проводить на постоянной основе. [2]

Список литературы:

1. Волошин, Д. Методологические основы внутреннего аудита эффективности системы управленческого учета на предприятии/ Д. Волошин // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 1. – С. 49-57.
2.Иванкова О.Г., Кальницкая И.В., Максимочкина О.В. Учет, анализ и аудит управления персоналом // Российское предпринимательство. 2014. № 1 (247). С.4-13
3.Ковалева, А. Управленческий аудит в системе управления хозяйственной деятельностью организаций [Текст] / А. Ковалева //Проблемы теории и практики управления. – 2012. - №3. – С. 39-46.
4. Ревуцкий, Л.Д. Управленский аудит предприятий; основные задачи, сущность процедур и перспекти- вы развития [Текст]/ Л.Д. Ревуцкий// Аудиторские ведомости. – 2012. - №5. – С. 73-79.
5. Шеремет, А. Д. Аудит: учебник/ А. Д. Шеремет, В. П. Суйц. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 448 с.

АУДИТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Зубанова А.К.
Научный руководитель: ст. преподаватель Колоскова Ю.И.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Интеллектуальный капитал персонала – относительно новое понятие в менеджменте. В общем понимании под интеллектуальным капиталом персонала подразумевают сумму знаний и умений, а

также опыт и квалификацию всех работников организации, обеспечивающих ее конкурентные возможности на рынке.

Результатом эффективного использования интеллектуального капитала персонала выступает интеллектуальный продукт – результат мыслительной деятельности, включающий изобретения, открытия, патенты и иные объекты интеллектуальной деятельности. Поскольку объем интеллектуального продукта организации зависит от потенциальных возможностей и эффективности использования интеллектуального капитала, проблемы роста интеллектуальных ресурсов организации приобретают в настоящее время большое значение. [1]

Существует управление, измерение, оценка и аудит интеллектуального капитала. Аудит интеллектуального капитала проводится для определения совокупности ресурсов, необходимых при разработке мероприятий по совершенствованию системы использования интеллектуального капитала и проведении необходимых изменений в компании. Аудит интеллектуального капитала рассматривает нематериальные активы компании, подразумевает их фиксирование и документальное оформление, подсчет стоимости на текущий момент. При исследовании работников обычно рассматривается образование каждого из них, проводится ряд психометрических тестов на тип личности с целью выявления потенциала каждого сотрудника. В результате выявляются индивиды, обладающие критическим мышлением, умеющие успешно взаимодействовать с клиентами и коллегами, демонстрирующие склонность к командной работе. Надлежит рассмотреть и права на интеллектуальную собственность, торговые марки, ноу-хау. В итоге получаем значительный объем сведений, что даст возможность определить количество работников с высшим образованием, количество людей со стажем работы в компании более десяти лет, количество зарегистрированных патентов, сумму, в которую обошлась их защита. Проблема состоит в том, что этот процесс может слишком надолго затянуться, поскольку мы имеем дело с людьми. Поэтому очень важно перед составлением плана аудита определиться с конкретной целью его проведения. Такими целями могут выступать: – анализ или подтверждение способности организации достичь своих целей, – планирование дальнейших исследований и разработок, – накопление исходной информации для составления программ реорганизации, – определение целей обучающих программ и программ подготовки для сотрудников и пр. Процесс аудита интеллектуального капитала предполагает наличие некоего переходного состояния, ради которого и предпринимается сам аудит. [2] Аудит интеллектуального капитала – это выявление интеллектуальных возможностей компании, управление ими и наблюдение за ними. Аудитор заинтересован в обнаружении сотрудников, чьи знания и умения используются не в полной мере. Для осуществления аудита интеллектуального капитала необходимы специалисты высокого профессионального уровня в области экономики, человеческих ресурсов и менеджмента. Они должны выявить ключевые навыки, необходимые работникам для достижения основных целей организации.

При анализе интеллектуального капитала выделяют три его составляющие:

• «человеческий капитал»;

• «структурный капитал»;

• «потребительский капитал».

Человеческий капитал — это совокупность знаний, практических навыков и творческих способностей работников компании, приложенных для выполнения текущих задач. Кроме того, составляющими человеческого капитала являются моральные ценности компании, культура труда и общий подход к делу.

Структурный капитал - система организации и обеспечения эффективной работы человеческого ресурса включает базы знаний и базы данных, исследовательские лаборатории и другие компоненты, обеспечивающие проявление организационных способностей фирмы.

Потребительский капитал - сформированная система отношений с потребителями продукции данной организации, с поставщиками характеризуется степенью предпочтения потребителей товаров и услуг только торговой марки данной компании и надежностью связей с поставщиками.

Существующая на сегодняшний день система финансового учета предполагает отражение в бухгалтерском балансе наряду с материальными и нематериальных активов, представляющих интеллектуальный продукт и деловую репутацию фирмы, но основная трудность связана со стоимостной оценкой интеллектуального капитала.

Попытки экономической оценки интеллектуального капитала осуществлялись экономистами многих стран. Существуют определенные наработанные методики, используемые многими компаниями в своей практической деятельности. Основным методом оценки интеллектуального

капитала компании является разница между рыночной стоимостью акционерного капитала и текущей стоимостью основных фондов. Учитывая определенные факторы, влияющие на достоверность и надежность этого способа оценки, в ряде случаев используется «коэффициент Тобина», показывающий отношение рыночной стоимости объекта к стоимости его замены.[3]

Российская система финансового учета и отчетности предполагает учет нематериальных активов, в составе которых учитывается и деловая репутация организации, т. е. «цена фирмы», и отражает такие факторы, как удовлетворение потребительского спроса, хорошее управление, эффективность производства, хорошие отношения внутри коллектива, удачное местоположение и др. Деловая репутация определяется как превышение покупной цены имущества над оценочной (начальной) стоимостью. Вместе с тем практика продажи российских компаний показывает: лишь немногие фирмы продаются по стоимости, превышающей стоимость имеющихся материальных активов. Многие организации сталкиваются с такой проблемой, что инвесторы практически не вкладывают средства в предприятия с небольшими объемами материальных фондов. В связи с этим более привлекательными являются фирмы, наращивающие свою капитализацию, в том числе и за счет роста интеллектуального капитала. Основные факторы, определяющие рост интеллектуального капитала:

• формирование коллектива сотрудников, составляющих основу человеческого капитала организации путем систематического поиска, подбора, отбора, мотивации и стимулирования персонала фирмы;

• создание здорового морально-психологического климата в коллективе, т. е. создание среды, при которой у сотрудников организации появляется чувство своей полезности и удовлетворения от результатов своей деятельности, появляется стремление к взаимообучаемости и взаимозаменяемости в работе с клиентами;

• формирование банка знаний, включающего собственные исследования и разработки; накопленный опыт, знания и навыки работников в виде регламентов, методических разработок, руководящих материалов и т. д.; специфические наработки со смежниками; маркетинговые исследования и др.

• создание положительного имиджа и репутации компании путем рекламы и продвижения товарного знака и товарной марки, формирования бренда организации, обладающего рыночной стоимостью.

• Вполне естественно, что основной составляющей интеллектуального капитала является человеческий капитал. Потеря ключевых сотрудников фирмы — это не простое увеличение текучести кадров, но в ряде случаев это потеря конкурентоспособности, снижение рыночной стоимости и возможное банкротство фирмы. На сегодняшний день управление персоналом — это не только область кадрового менеджмента, но и финансового, поскольку объем, состав и структура интеллектуального капитала и эффективность его использования, составляющие элементы финансовой устойчивости организации.

Список литературы:

1. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М., 2013.
2.Брукинг Э.. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. под ред. Ковалик. — СПб:,2014.
3. Одегов Ю.Г. Аудит и контроллинг персонала. М., 2012.

ВЛИЯНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Павлов А.В.

Научный руководитель: ассистент Кишкан В.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В процессе образования, развития и функционирования социально-направленной рыночной экономики государства весомая роль возлагается на малый бизнес. Малый бизнес или малое предпринимательство является существенной составляющей цивилизованного рыночного хозяйства, а также необходимым элементом конкурентного механизма.

Предпринимательский характер малого бизнеса придает рыночной экономике должную вариативность, сосредотачивает огромные финансовые и производственные ресурсы населения, способствует снижению монополии. Малый бизнес является серьезным фактором изменения государственной структуры, способствует решению проблемы безработицы, а также нормализует другие социальные недостатки рыночного государства.[4]

В условиях современного российского общества быстрое развитие сектора малого предпринимательства может быть единственным источником реальной реструктуризации общества,

обеспечивающей ориентацию всех основных участников экономических и социальных отношений на объективно определенное участие в функционировании и процветании рыночного механизма.

В настоящее время не менее тридцати процентов трудоспособного населения России в той или иной мере зависит от малого бизнеса. Таким образом, малый бизнес превращается в значительное социально-экономическое и политическое явление, оказывающее многогранное и возрастающее воздействие на все стороны жизни и отношений российского общества.[2]

Глобальная цель развития экономики, в том числе и малого бизнеса, - это создание благоприятных условий для жизнедеятельности населения. В условиях кризиса российской экономики значимость малых предприятий возрастает из-за того, что они призваны значительно и без больших инвестиций расширить и развить производство многих потребительских товаров и услуг с использованием близлежащих источников сырья. Малое предпринимательство способное в короткие сроки приблизить производство товаров и услуг к потребителю, способствовать улучшению условий жизни в населенных пунктах различных масштабов, ускорить развитие конкуренции, сбалансировать размещение производительных сил и мощностей.

Как показывает опыт экономически более развитых стран, с развитием малого бизнеса растет доля экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает разницу в благосостоянии различных социальных групп населения. При содействии малого бизнеса мобилизуются материальные, финансовые и природные ресурсы, а также растет эффективность их применения.[1]

Малое предпринимательство в России осуществляет множество полезных для рыночной экономки функций:приватизация, формирование частной собственности, конкурентное влияние на корпорации. Помимо этого малые предприятия способны ускорить внедрение инноваций в производство.К основным факторам, доказывающим необходимость развития малого бизнеса в условиях современного российского общества, можно отнести следующее:

- Быстрое развитие сектора малого предпринимательства может быть единственным источником реальной реструктуризации общества, способствующей переходу всего хозяйства страны на фундамент эффективно работающей в интересах всего населения экономики;
- Развитие малого предпринимательства способствует созданию широкого слоя мелких собственников, самостоятельно, без помощи государства обеспечивающих собственное существование и достойный уровень жизни;
- Увлеченность малым предпринимательством является не только источником личных средств для существования, но также оноспособствует раскрытию внутреннего потенциала личности.
- Массовое развитие малого предпринимательства способствует улучшению общественной психологии и жизненных направлений основной массы населения, в тоже время является единственной альтернативой люмпенской психологии и социальному иждивенчеству.

К характерным особенностям развития малого предпринимательства в России относятся следующие:

- В течение последних лет малые предприятия все чащеуходят в теневую деятельность. [2]
- Предприятия малого бизнеса все шире вовлекаются в сферы экономики, традиционно характерные только для крупных и средних предприятий,- производство нефтепродуктов, пиломатериалов, добычу драгоценных металлов и т. п. При этом выпуск продукции малыми предприятиями осуществляется на арендованных мощностях крупных предприятий. По аналогичной стратегии производится примерно половина продукции пищевой, деревообрабатывающей, лесной, отраслей производства.

Организация предприятий малого бизнеса в первую очередь способствует развитию и процветанию регионов. В данный момент региональные потребности ущемляляются.Причиной этому является то, что предприятия из-за направленности на рост производственных мощностей ориентированы на широкий рынок сбыта производимой продукции, значительно превосходящий территориальный рынок. Для улучшения ситуации необходимо переориентировать работу предприятий на региональный рынок, развивать сеть мелких предприятий, специализированных на выпуске необходимой региону продукции в непривышающих спрос объемах. После проведения изменений жанные предприятия будут тесно связанны с территорией.[4]

Регионам необходимо вкладывать и стимулировать развитие сетей торговых диверсифицированых организаций, предприятий по обслуживанию населения, расположенных в шаговой доступности для городского населения. Важную роль они могли бы сыграть в удовлетворении потребности населения в производстве из близлежайших источников сырья, промышленных и бытовых отходов.[2]

Регионы, изменяющие муниципальные налоги, имеют возможность стимулировать малый бизнес в тех направлениях, которые в наибольшей степени отвечают их интересам по насыщению внутреннего рынка потребительскими товарами, товарами широкого потребления, открытию новых рабочих мест, решению экологических проблем, содействию инновационной деятельности, освоению новейших технологий, “know how” и т.д.

Проблемой Красноярского края является низкий уровень обеспечения продовольствием за счет собственного производства, огромная зависимость от импорта. Такое же положение наблюдается по промышленным и продовольственным товарам народного потребления. Импорт этих товаров из других отдаленных регионов повышает транспортные издержки, снижает качество скоропортящихся продуктов, увеличивает потери производителей.Одним из путей решения данных проблем является создание сети мелких предприятий, выпускающих продукцию, максимально приближенную к географическим источникам сырья и материалов.

Присущие малому бизнесу гибкость и высокая приспособляемость к изменчивости рыночной обстановки способствуют нормализации макроэкономических процессов в стране. Нужно помнить, что этому сектору свойственны низкая доходность, высокая интенсивность труда, проблемы с внедрением инноваций, ограниченность собственных ресурсов и повышенный риск в плотной конкурентной борьбе. Это приводит к постоянным изменениям в секторе малого бизнеса вследствие массовых банкротств или смены направления деятельности.[3]

Действующие субъекты малого бизнеса нуждаются в привлечении инвестиционных и финансовых ресурсов на рынке, лизинге оборудования, доступе к поставкам продукции для государственных нужд, установлении взаимовыгодных субподрядных отношений с крупными предприятиями, обучении персонала, информации о новых технологиях, устранении барьеров в межрегиональном обмене.

В предстоящее десятилетие региональные органы власти должны продемонстрировать заинтересованность в использовании потенциала малого бизнеса для решения стратегических задач социально - экономических изменений в соответствии с основными региональными интересами и создать условия, способствующие устойчивому росту и быстрому усовершенствованию данного сектора экономики, повышение его инвестиционной привлекательности, конкурентоспособности и эффективности. Необходимо заинтересовать население, чтобы они принимали более активное участие в развитии и продвижении идеи малого предпринимательства. Невозможно развить сектор малого бизнеса без экономически активного населения.

Список литературы:

1. Полынцина Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебное пособие. – М.:ИНФРА-М, 2013. – 276с.

2. Социология региона: учебное пособие / И.П. Рязанцев. – М.: КДУ, 2014. – 408 с.

3. Экономика предприятия: учебное пособие / Л.Е. Чечевицина, Е.В. Чечевицина – Изд. 9-е, дополн. и перер. – Ростов н/Д : Феникс, 2013. – 378с.

4. Энциклопедический словарь предпринимателя./Под ред. проф. Н.Н. Пилипенко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 580с.

Подсекция 10.4. Современные информационные технологии

СОЗДАНИЕ БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЯ НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.3 ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «БОГОТОЛЬСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА»

Янченко В.В.

Научный руководитель: доцент Миндалёв И.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

«1С:Предприятие» – программный продукт, предназначенный для автоматизации деятельности предприятия. Система «1С:Предприятие» включает в себя платформу и прикладные решения, разработанные на ее основе, для автоматизации деятельности организаций и частных лиц [1].

Режим «конфигуратор» системы «1С:Предприятие» предназначен для пользователей-программистов. В этом режиме пользователь создает или изменяет структуру базы данных, программные модули, производит административные работы. Обычные пользователи работают в режиме «1С:Предприятие», в котором возможен ввод данных, заполнение справочников, ввод документов, формирование отчетов и запуск обработок. В режиме «1С:Предприятие» нельзя редактировать структуру конфигурации.

ООО «Боготольская птицефабрика» является единственной птицефабрикой в Боготольском районе Красноярского края. Основной вид деятельности — производство куриных яиц и мяса птицы. Также хозяйство занимается растениеводством, выращивает зерно, производит корма для птиц. Выпуск документации на предприятии осуществляется на современных компьютерах.

Для эффективного управления ресурсами предприятия, для автоматизации бизнес-процессов организации, было принято решение разработки бизнес-приложения на платформе «1С:Предприятие 8.3» для ООО «Боготольская птицефабрика». Бизнес-приложение предназначено для автоматизации деятельности предприятия.

Основными целью создания приложения является повышение качества принятия управленческих решений за счет оперативности представления, полноты, достоверности и удобства форматов отображения информации.

Для работы со списками данных в бизнес-приложении созданы следующие справочники:

- контрагенты – список заказчиков предприятия;
- оборудование – список оборудования, которое используется при выполнении работы;
- цеха – справочник, содержит информацию о цехах, в которых находится продукция предприятия;
- сотрудники – хранит информацию о сотрудниках;
- номенклатура – хранит информацию о продукции предприятия;
- субконто – хранит значения аналитического учета.

Для описания информации о совершенных производственных операциях или событиях, происходящих в организации, используются следующие документы:

- приходная накладная – фиксирует факт поступления на предприятие необходимых материалов;
- расходная накладная – фиксирует факт выхода из предприятия продукции;
- ввод начальных остатков номенклатуры.

Разработаны следующие отчеты:

- отчет «Продукция» – показывает приход, расход и остатки продукции;
- отчет «Рейтинг заказчиков» – показывает в графическом виде, каков доход от поставки продукции каждому из заказчиков за все время работы;
- бухгалтерский отчет «Оборотно-сальдовая ведомость» – показывает состояние товародвижения в организации, основываясь на данных регистра бухгалтерии.

Для описания структуры хранения данных в разрезе нескольких измерений служит регистр сведений. Периодический регистр сведений способен хранить данные с привязкой ко времени. В приложении используется периодический регистр сведений – цены, который хранит развернутые во времени розничные цены продукции.

Список литературы:

1. Радченко М.Г. 1С:Предприятие 8.2. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приемы / М.Г. Радченко, Е.Ю. Хрусталева. – М.: ООО «1М-Пвблишинг», 2009. – 874 с.: ил.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ БАЗЫ ДАННЫХ ОТДЕЛА РАСТЕНИЕВОДСТВА СПК «СОЛОНЦЫ»

Емельянов А.С.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Титовская Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В нынешнее время огромное значение для эффективной деятельности организаций имеет создание и сопровождение баз данных, предназначенных для хранения и обработки информации. Базы данных предназначены для хранения, сортировки и поиска информации, поэтому о создании собственной базы данных задумывается каждое предприятие.

Процесс проектирования базы данных состоит из ряда этапов [1]. Наиболее важным этапом является этап анализа предметной области. От тщательно проведенного этапа анализа зависит качество и работоспособность конечного программного продукта. После проведения этапа анализа проводится этап логического проектирования.

В результате анализа предметной области и логического проектирования определяются сущности, которые будут представлены в базе данных, атрибуты этих сущностей, а также логические связи между сущностями.

Под сущностью понимают конкретный объект, имеющее четкое функциональное назначение и информацию о котором нужно хранить в базе данных. Атрибуты выступают в качестве

информации о объекте. Например: зарплата сотрудника или адрес заказчика. Связь - это ассоциирование двух или более сущностей. Важной характеристикой связи между сущностями является степень связи. Различают связи типов: один к одному, один ко многим, многие ко многим.

Разрабатываемая база данных предназначена для хранения информации для предприятия СПК "Солонцы" - производитель сельхозпродукции. СПК "Солонцы" был образован более 15 лет назад. На момент открытия СПК "Солонцы" занималась производством и реализацией молочной и хлебобулочной продукции, то есть на предприятии прослеживаются два направления функционирования – животноводство и растениеводство. На настоящий момент СПК "Солонцы" занимаются тем же видами производства, выросло количество поставляемого сырья, выросло количество заказчиков продукции, что вызвало необходимость создания базы данных для учета выпускаемой продукций, заказов на продукцию и поставок сырья для продукции.

Проектируемая база данных разрабатывалась для учета и хранения данных направления растениеводства и предназначается для главного агронома. После анализа предметной области было выделено 6 сущностей: производство, поле, культура, удобрение, обработка и сотрудники. Каждая сущность имеет свои атрибуты. Сущность производство: номер производства, номер продукции, вид продукции. Сущность поле: номер поля, площадь. Сущность культура: номер культуры, код культуры. Сущность удобрение: номер удобрения, удобрение. Сущность обработка: дата, наименование, код типа обработки. Сущность сотрудники: ФИО, код должности.

В результате возникновения типов связей между таблицами многие - ко – многим, были введены дополнительные переходные таблицы для устранения такого рода связей: это таблица Поле – удобрение (так как на одном поле могут применяться различные удобрения, и одно удобрение может использоваться на различных полях); Поле – сотрудники, (на одном поле могут работать много сотрудников, и один сотрудник может работать на нескольких полях в различные моменты времени); Производство – поле (на одном поле могут осуществляться различного рода производства и одно и тоже производство может осуществляться на различных полях); Поле – культура (на одном поле может выращиваться много различных культур, и одна и так же культура может выращиваться на различных полях); Поле обработка (на одном поле может применяться различные виды обработки, и один вид обработки может применяться на различных полях).

Был проведен процесс нормализации, все сущности находятся в 3 нормальной форме и соответствуют НФБК нормальной форме Бойса - Кодда. Логические связи много – ко многим заменены на связи один – ко –многим.

Логическая схема базы данных СПК "Солонцы" выглядит следующим образом (рис. 1).

Проектирование логической структуры базы данных осуществлялось с использованием CASE-средства Oracle SQL Developer Data Modeler 4.0.3 [2].

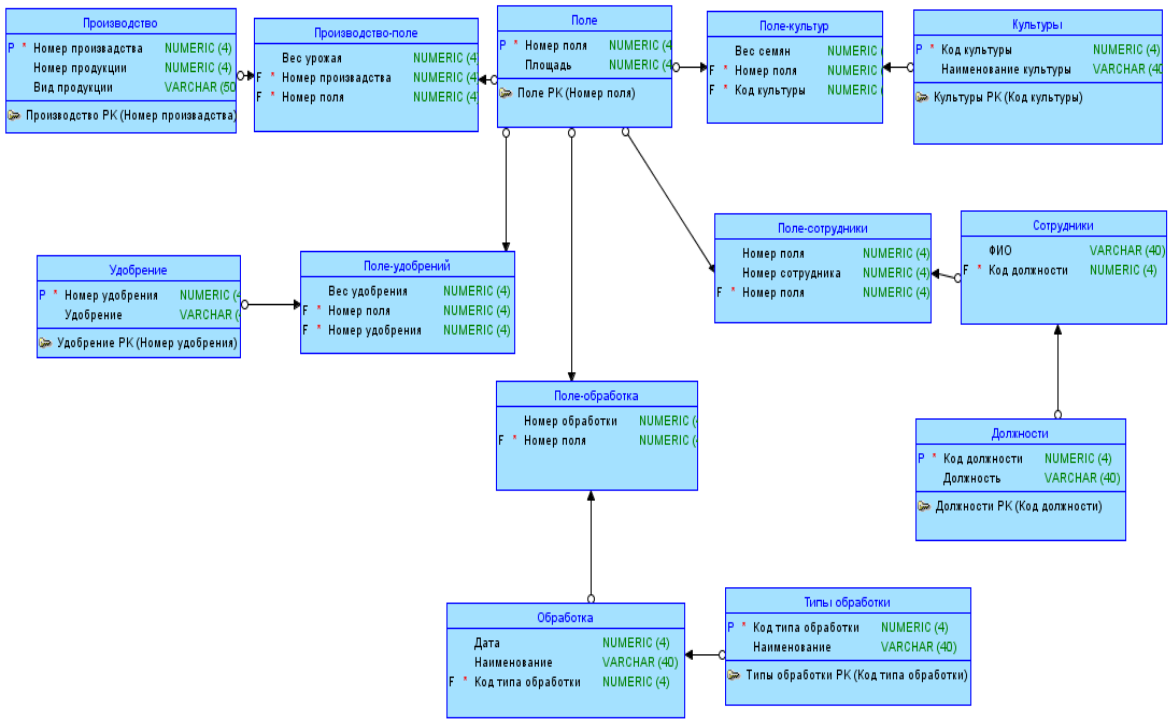


Рис. 1 Логическая схема базы данных СПК "Солонцы"

Список литературы:

1. Глушаков С.В. «Базы данных»/ С.В. Глушаков, Д.В. Ломотько , – АСТ, 2008 г, 358 с.
2. Миндалёв И.В. Моделирование данных с помощью Data Modeler за 7 дней: Методические указания к выполнению лабораторных работ / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2011. – 84 с.

MS VISIO ДЛЯ ОПИСАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРИ СОЗДАНИИ САЙТА КОМПАНИИ

Вдовин В.В., Михайлов В.А.

Научный руководитель: к.с-х.н., доцент Шевцова Л.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Предварительным этапом разработки сайта является процесс создания детального списка работ. Выполнение декомпозиции работ и создание графика запланированных работ - процесс трудоёмкий. Подобное текстовое описание сложно воспринимается, трудно разобрать технологическую последовательность рабочих процессов. Для упрощения подобного планирования используется визуализация цепочки процессов с помощью графического представления в виде схем, диаграмм, рисунков и других образных моделей.

На данный момент на рынке информационных технологий (IT-рынок) представлено множество специализированных программ, которые дают возможность обследовать предприятия и строить графические модели. В таблице 1 представлены наиболее популярные типы методологий, которые используются в визуальном моделировании.

Таблица 1. Типы методологий

тодология	**гация или язык**	**ндарт**	**е-средства**
DT	F0	F0	F Doctor, MS Visio, BPWIN
F3	F3	F3	
D	на Сарсона дона-Де Марко	D	
FIX	IDEFIX	FIX	ERWin
S	D, eEPC/PCD	IS	IS Toolset, MS Visio
M	L	L 2.0	UML, MagicDraw, MS Visio, Rational Rose, NetBeans, Enterprise Architect

В данной статье рассматриваются подготовительные этапы создания веб-приложения для предприятия “Аппарель-СПб”. Из возможных графических моделей (табл.1), на наш взгляд, составление графика выполнения работ удобно представить в MS Visio. Это связано с большим перечнем работ (задач), сложной последовательностью их выполнения. На рисунке 1 показан перечень работ для создания сайта, выполненный в MS Project.

Подробный структурный план выполнения работ удобно и наглядно представить в виде графической модели eEPC. В нашей статье использована eEPC модель бизнес процессов для фирмы “Аппарель-СПб”.

Преимущества eEPC модели

1. eEPC включает элементы логики, что позволяет создавать схемы с условиями;
2. На eEPC диаграммах удобно выполнять привязку ресурсов к конкретным работам, разделять внешнее и внутренние ресурсы;
3. Легкость целостного восприятия большого массива работ (функций).

eEPC диаграммы легко создаются MS Visio, где есть необходимый шаблон и набор инструментов для рисования это диаграммы. Отличительной чертой MS Visio является простота и удобство создания диаграмм и интеграция с другими продуктами Microsoft Office.

Для создания схем в Visio применяется векторная графика, которая позволяет увеличивать изображение без ухудшения качества. Также, Microsoft Visio обладает огромными возможностями по графическому оформлению диаграмм и схем процессов. Отличительной чертой MS Visio является простота и удобство создания диаграмм. Для моделирования бизнес-процессов программа MS Visio располагает наборами шаблонов и коллекциями форм и элементов для разных моделей.

На рисунке 2 представлена eEPC диаграмма бизнес-процессов разработки веб-приложения, выполненная в MS Visio.

Название	Продолжительность
⊟Создание Web сайта	77 дней?
⊟Анализ требований	7 дней
Анализ предметной области	7 дней
Планирование проекта	2 дней
Составление ТЗ	5 дней
Утверждение ТЗ	2 дней
Завершение анализа требований	0 дней
⊟Проектирование, разработка конце	23 дней
Разработка дизайна по выбранному ко	7 дней
Ревизия главной страницы сайта	3 дней
Разработка и ревизия дизайна второст	5 дней
Разработка коллажей для разделов са	8 дней
Завершение разработки дизайна	0 дней
⊟Дизайн и программирование	40 дней
Верстка шаблонов и страниц	32 дней
Программирование	30 дней
Заполнение страниц	14 дней
Доработка кода	7 дней
Завершение программирования и верст	0 дней
⊟Тестирование и наполнение сайта	7 дней?
Подготовка платформы	1 день
Заливка контента	1 день
Тестирование на реальных данных	1 день?
Проверка качества	3 дней
Сдача сайта заказчику	1 день
Подготова группы сопровождения	2 дней
Закрытие проекта	1 день

Рис. 1. Перечень работ для создания сайта

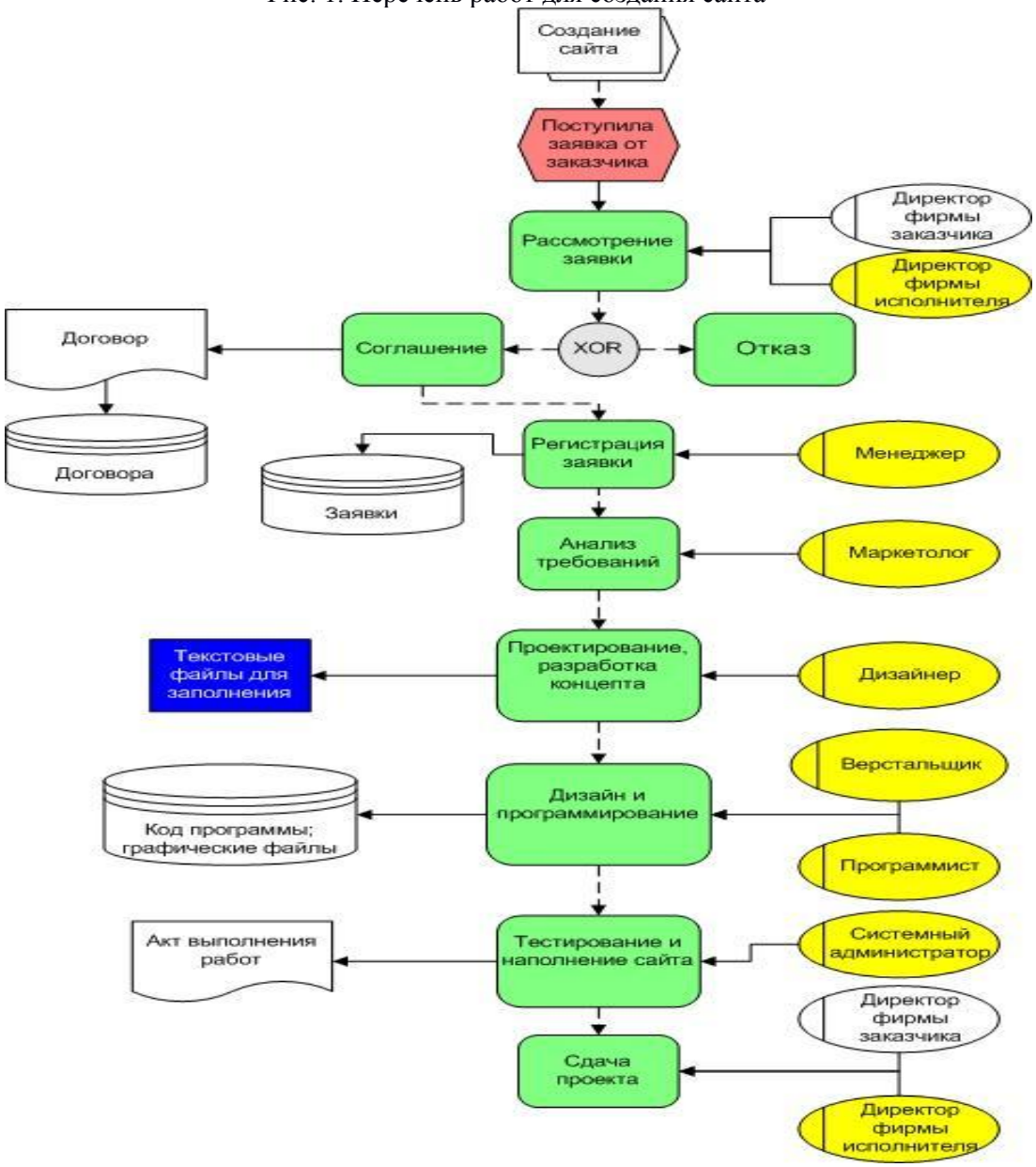


Рис. 2. Схема бизнес-процессов нотации eEPC

Таким образом, моделирование бизнес-процессов в нотации eEPC позволяет создать целостную схему этапов работ, удобную для понимания разными специалистами. Диаграмма eEPC

позволяет отслеживать последовательность выполнения работ, контролировать назначение ресурсов по работам, показывать результаты (выходы) для каждого процесса.

Список литературы:

1. Хасанов А. А. Microsoft Visio. Практическое пособие по информатике. Необходимый минимум. М.: 2006. -36 с.

2. Скотт А. Г. Microsoft Visio 2010. Русская версия. М.: 2011. -576 с.

ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА

Достовалов Ю.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

С развитием науки, технологий, и средств личной гигиены, многие болезни, которые были настоящим кошмаром в прошлом, сейчас – всего лишь история.

В XIV веке по Европе прокатилась эпидемия чумы, занесенная из Восточного Китая. В 1348 году жертвами чумы стали 15 миллионов человек, что, на тот момент, равнялось примерно четверти населения Европы.

Причина повального распространения болезни – в жуткой антисанитарии. Канализации не было, отходы выбрасывались прямо на улицы, узкие и темные, недоступные для солнечного света. Во время дождей, улицы превращались в настоящие болота. Основным разносчиком чумы были крысы, благодатно чувствующие себя в подобных санитарных условиях. А причиной заражения людей – укусы блох, живущих на зараженных крысах. Также сыграло свою роль истребление кошек (которых, на тот момент, считали прислужниками Дьявола), которое способствовало увеличению числа крыс.

Эта совокупность факторов привела к одной из страшнейших эпидемий в истории Европы, и память об этих страшных днях дошла до наших дней. К счастью, сегодня это уже история.

Вирусный маркетинг получил свое название оттого, что он работает по схожим принципам (но не приводит к массовым смертям!). Вирус (в случае с вирусным маркетингом – это некое сообщение), распространяется от одного человека к другому без дополнительного вмешательства рекламщиков и маркетологов. Человек сам становится «вирусом» и передают запущенную информацию, что приводит к цепной реакции. В этом заключается «соль» этой технологии. Здесь люди передают информацию сами, добровольно, только потому, что она им нравится или полезна.

Вирусный маркетинг обладает достаточно весомыми достоинствами, но всё-таки имеет некоторые недостатки.

В нынешних экономических условиях особенно важен тот факт, что вирусный маркетинг – относительно недорогая технология. Здесь нет огромных затрат на продвижение, раскрутку и т.д. Передача сообщения осуществляется самими пользователями, добровольно.

Скорость распространения информации – также большой плюс. Как правило, «вирус» стремительно распространяется в первые же часы, дни после его запуска. Это позволяет достичь быстрого отклика от необходимой аудитории. Вирусной рекламе, потребители доверяют гораздо больше, чем традиционной, так как они узнают о рекламе самостоятельно либо через друзей. Это безусловное достоинство данной технологии, и очень уязвимое место традиционных методов рекламы.

К плюсам можно отнести и то, что после запуска, такие сообщения не нужно контролировать. При попытке управлять «вирусом», достигается скорее обратный результат.

Однако, отсутствие контроля является, одновременно, еще и недостатком, потому как невозможно (или крайне сложно) контролировать, насколько необходимым является мнение аудитории. Этот недостаток вытекает из другого минуса вирусного маркетинга – трудности прогнозирования. Так как методика каждой отдельной вирусной кампании завязана на конкретный продукт/технологию/идею, то сложно прогнозировать восприятие нашего товара аудиторией.

Вирусный маркетинг и вирусная реклама – только развивающиеся направления в продвижении. Несмотря на это, «вирус» основывается на принципах, которые достаточно давно используются.

Один из примеров «вируса» - анекдоты. Небольшие сообщения, распространяемые директивно от человека к человеку (сейчас – в том числе с помощью интернета). Анекдоты распространялись вне зависимости от пола, возраста, должности и других исходных данных о человеке.

Что же «цепляло» аудиторию, заставляя делиться полученной информацией с родственниками, друзьями, знакомыми, коллегами?

- Истории, рассказанные в анекдотах, могли приключиться с каждым, что усиливало эффект вовлечения

- Анекдоты изначально «положительно заряжены», и рассказывают об интересных ситуациях (или хорошем исходе изначально негативной ситуации)

- Провоцирует сильные эмоции (смех, сожаление, сочувствие)

- Некоторые особенно удачные словестные обороты откладывались в памяти, «уходя в народ»

Всё это влияло на всеобщую популярность анекдотов. Они сочинялись на различные темы. Анекдоты связывали время и пространство. (Ученые клонировали Сталина. Тот, очнувшись, говорит:

- Значит так, первое, расстрелять всех депутатов. И второе, перекрасить Мавзолей в зелёный цвет.

- Иосиф Виссарионович, ну как же это, Мавзолей в зеленый цвет?

- Я рад, что по первому пункту мы пришли к полному взаимопониманию)

Отталкиваясь от анекдотов, как от примера ранней вирусной «рекламы», необходимо рассмотреть и классифицировать основные элементы вирусной рекламы.

- Социальная валюта

На своих страницах в социальных сетях люди делятся контентом, который (якобы) возвышает его в глазах его френдленты.Люди стремятся подтвердить свой образ жизни и свои привычки цитатами знаменитостей (которые часто этого не говорили), и цитатами из известных сообществ. Подобный контент – один из самых популярных в соц. сетях.

- Триггеры

Или «Catchphrase». Это фразы и выражения, которые уходят в народ и прочно ассоциируются с брендом. «Сникерсни», порой, используют вместо «Перекуси». «Райское наслаждение» - это конечно Баунти.

Такие словечки можно использовать и для личного брендинга. Тогда некая фраза прочно закрепится лично за вами. Например, Борис Ельцин завершал многие свои выступления фирменным «Понимаешь…»

А некоторые «Catchphrase» могут стать символом целой эпохи. Например, Россию 90-х ёмко охарактеризовал слоган шоколадки «Шок» - «Шок – это по-нашему».

- Эмоции

Интернет – это во многом про развлечение и эмоции. Чем сильнее эмоции – тем сильнее стремление поделиться ими с друзьями. И не обязательно это положительные эмоции. Чрезвычайно популярное направление как для видеосервисов (YouTube и т.п.), так и для социальных сетей (особенно ВКонтакте) – видео с автомобильными авариями, зачастую серьёзными и смертельными.

В основном, «вирусы» провоцируют сильные эмоции, например,восторг, гнев, радость. Обращение к таким чувствам способствует сильномувыбросу эмоций.

- Практическая ценность

Как уже говорилась выше, польза для потребителя (контента) ведёт в том числе к вирусному эффекту. Чем злободневнее и сложнее затронутая тематика, тем он сильнее. Пользователи активно делятся вашей информацией. Это позволяет, как оповестить своих друзей, так и возвысить себя в их глазах.

- Истории

Хорошая история всегда ценится на вес золота, особенно это касается рекламы и PR. Расскажите аудитории интересную историю, главным героем которой будет ваш продукт. Создайте интригу, заставьте людей ждать продолжения, и тогда аудитория ваша.

Если у нас есть эти критерии, то почему же далеко не у всех получается запустить свой «вирус»? Фокус в том, что (пока) нет универсальных алгоритмов, позволяющих создать стопроцентно успешную вирусную рекламу/промо. Многое в рекламе зависит от самого продукта, от аудитории, на которую он рассчитан, на ее ожидания, предпочтения и моральные принципы. Например, в рекламе товаров для пенсионеров едва ли будет иметь место сексуальный мотив. И, напротив, недавняя кампания AxeEffect «Остров наслаждения» активно использует сексуальные подтексты в своих роликах.

Именно из-за отсутствия единых стандартов, позволяющих создавать вирусную рекламу также как автомобили на конвейере, проваливаются многие потенциально вирусные кампании. И, наоборот, многие видеоролики, заснятые случайно, либо без цели «раскрутки», быстро набирают популярность в сети.

Итак, вирусная реклама – это успешный инструмент продвижения необходимых товаров и услуг, а также элемент, используемый при проведении PR-кампаний. При помощи сети интернет,

«вирус» можно распространить в глобальном масштабе при затратах, несопоставимых с затратами при раскрутке другими методами маркетинга и PR.

Вирусная реклама может быть крайней разнообразной. Несмотря на это, подобные кампании обладают набором схожих характеристик и особенностей, поддающихся анализу и планированию. Однако, отсутствие четкой системы алгоритмов изготовления «вируса», делает планирование подобной рекламы трудным, но, вместе с тем творческим процессом. И те кампании, которые оказались успешными, зачастую, остаются в воспоминаниях, как профессионалов рекламного дела, так и простых пользователей на долгие годы.

Список литературы:

1 www.pro-reklamu.ru/book/Virusnaya_Reklama (Дата обращения 24.03.2016)
2 www.supotnitskiy.ru/stat/stat9.htm (Дата обращения 24.03.2016)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕКЛАМЕ

Мотыль Е.Е.
Научный руководитель: ст. преподаватель Болдарук И.И.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Для автоматизации различных отраслей деятельности человека широко используются информационные технологии. Одной из таких технологий в рекламной и маркетинговой деятельности является использование автоматизированных рабочих мест сотрудников.

Автоматизированное рабочее место (АРМ) – это комплекс информационно – программно - технических ресурсов, обеспечивающих сотруднику компании обработку информации и автоматизацию его деятельности [2].

В маркетинговой и рекламной деятельности АРМ помогает решить следующие задачи [3]:

- изучить рынок товара и услуг, проанализировать возможности рынка сбыта;
- изучить спрос и предложения;
- проанализировать потребительское поведение;
- проанализировать эффективность рекламной и маркетинговой политики компании;
- спрогнозировать продажи на краткосрочный и долгосрочный период;
- провести анкетирование потребителей;
- поддержание обратной связи с потребителями.

В состав АРМ входит [1]: база данных, содержащая сведения о предприятии (а также нормативно-правовые акты, налоговое законодательство и др. информацию), комплексы расчетных алгоритмов и программное обеспечение, поддерживающее функционирование компании (например, Microsoft Office, 1С и др.).

АРМ – это профессионально - ориентированный комплекс, который выполняет специфические функции и предназначен для автоматизации рабочего места. В пределах компании АРМ объединяется в систему организационной связи между сотрудниками компании или между ее отделами. Автоматизированное рабочее место специалиста по маркетингу или маркетинговая информационная система (МИС) – это совокупность процедур и методов планового анализа. Данная маркетинговая концепция помогает решать повседневные задачи маркетолога, а так же задачи стратегического характера. Система необходима для сбора, обработки, анализа информации и для принятия решений. МИС превращает информацию, полученную от внешних и внутренних источников компании, в сведения, помогающие в стратегическом планировании деятельности компании. Маркетинговая информационная система позволяет [3]:

- Оценить уровень выполнения плана реализации маркетинговой политики компании;
- Сформировать и оценить стратегии маркетинговой деятельности;
- Выявить сильные и слабые стороны компании;
- А также обнаружить предстоящие трудности.

МИС тесно взаимодействует с такими элементами, как маркетинговая среда (рынок, конкуренты, потребители, поставщики), внутренняя информация, администрация и руководство компании (рисунок 1). Маркетинговая информационная система имеет несколько подсистем, которые тесно связаны между собой, к ним относятся [1]:

1. Система внутренней отчетности;
2. Система анализа маркетинговой информации;
3. Система наблюдения за внешней средой;
4. Система маркетинговых исследований.

Таким образом, АРМ и МИС создают мощную, функционирующую структуру, без которой не может обойтись ни одна современная компания. Использование информационных технологий в маркетинговой деятельности и рекламе способствует успешному росту и развитию компании, а также дает ей преимущества по сравнению с конкурентами.

Рисунок 1 – Схема маркетинговой информационной структуры и ее элементы

Список литературы:

1. Информационный сайт о бизнесе - http://finance-and-business.ru (дата обращения 19.03.16)
2. Сайт менеджмента организаций - http://orgmanagement.ru/ (дата обращения 19.03.16).
3. Сайт «Информационные технологии в рекламе» - https://sites.google.com/site/itreklamalgu (дата обращения 19.03.16).

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЖИЗНЬ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Чаян О.К.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Казаковцев Л.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящей работе современные информационные технологии рассматриваются с чисто медицинской точки зрения.

Никто, пожалуй, не станет оспаривать тот факт, что для многих людей компьютер стал важной и необходимой частью образа жизни. В настоящее время ни одна область человеческой деятельности не обходится без применения компьютерной техники.

Благодаря разнообразию программного и аппаратного обеспечения сегодня возможно использование всех потенциальных возможностей компьютерных технологий. Это позволяет хранить огромное количество информации, занимая при этом минимальное место. Также компьютерные технологии позволяют быстро эту информацию обрабатывать и держать ее в защищенном виде.

Компьютер оказывает как положительное воздействие на человека, так и отрицательное [1].

Рассмотрим положительное влияние компьютера на человека. Например, Интернет дарит человеку возможность получать самые свежие новости, сплетни, информацию о кумирах. Играть в очень интересные и увлекательные on-line игры.

Очень популярными стали видео конференции. С их помощью люди могут не только слышать друг друга, но и видеть. Тем самым они могут решать важные вопросы, не меняя своего рабочего места и экономя как свои средства, так и время.

Интернете – удобное средство поиска работы, которая будет высоко оплачиваться и приносить удовольствие. Интернет ускоряет бизнес-процессы: можно мгновенно передать информацию партнеру, оперативно узнать последние новости, например, с биржи.

Интернет упрощает покупки, создавая новую индустрию электронной коммерции. В электронном виде они обходятся дешевле. При заказе товаров и услуг можно детально посмотреть описание, фото, проверить отзывы на каждый конкретный товар. Продать машину, купить домашнего питомца, найти развлечение на выходные, подобрать тур поездку.

Общаться в режиме on-line по социальным сетям «вКонтакте», «Одноклассники». Так бывшие одноклассники, давние знакомые и друзья детства, которые не виделись много лет, могут вновь общаться, просматривать фотографии и дарить друг другу подарки. Существуют сайты знакомств, где одинокие сердца могут найти друг друга и прожить долгую и счастливую жизнь, если им повезет.

Не стоит забывать и об инвалидах, больных людях, людях которые не имеют возможности реального контакта с другими людьми. Интернет же позволяет общаться с реальными соотечественниками и другими людьми, живущими в других странах. Что дает возможность изучить культуру, нравы, историю других государств. Интернет дает огромные возможности для образования, ведь в нем можно найти такие источники информации, каких нет ни в одной библиотеке. Сеть позволяет оперативно найти ответ на возникший вопрос.

Негативное влияние компьютера на человека также несомненно присутствует [3]. Несмотря на то, что компьютер облегчает человеку жизнь, в то же время он может вызвать серьезную психологическую зависимость. Погружаясь в виртуальную реальность, человек как бы отгораживается от настоящей реальности, перестает интересоваться окружающим миром. Особенную уязвимость в этом плане проявляют дети и подростки, личность которых еще не полностью сформирована, и легко поддается различным влияниям. Тем более, что компьютерный мир так заманчив, красочен и моден. Компьютер влияет на многие биологические характеристики организма человека, сказывается на на его физическом и психическос здоровьи.

Длительная работа за компьютером негативно сказывается на многих функциях нашего организма: нервной деятельности, эндокринной, иммунной и репродуктивной системах, на зрении и костно-мышечном аппарате человека. [3]

Среди пользователей информационных систем выявлен новый тип заболевания — синдром компьютерного стресса (СКС), который проявляется в появлении головной боли, воспалении слизистой оболочки глаз, раздражительности, вялостьи и общей депрессии. Симптомы заболевания разнообразны и многочисленны.

Симптомы можно сгруппировать по принципу воздействия на ту или иную часть организма:

1. Общее недомогание: сонливость, утомляемость, усталость даже после отдыха, головные боли после окончания работы, боли в глазах, напряженность мышц верхней части туловища.

2. Заболевания глаз: опять же утомляемость, чувство острой боли в глазах, слезливость.

3. Нарушения визуального восприятия: неясность зрения на дальнем расстоянии непосредственно после работы за компьютером (расплывчатое зрение); неясность зрения на близком расстоянии (картинка плохо фокусируется), двоение в глазах.

4. Ухудшение сосредоточенности и работоспособности: невозможность сконцентрироваться, раздражительность во время работы и по ее окончании, потеря курсора на экране, пропуски строк, слов, повторный ввод фрагментов текста, ошибки при заполнении колонок, перестановка слов или цифр местами [2].

Для оценки действия компьютера на внимание был проведен тест, который включает ряд заданий. Тестирование проводились до работы на компьютере и по окончании сеанса работы [2] (рис.1).

Рисунок 1 — результаты теста на внимание до и после работы на компьютере

Анализ анкеты показал, что внимание от работы на компьютере не изменяется, потому что количество баллов до/после работы на компьютере одинаково.

Таким образом, можно сделать вывод об отсутствии влияния компьютера на уровень внимания: он не снижает внимание и не активизирует его. Однако наблюдения показывают, что работа с компьютером улучшает в целом настроение, снимает напряжение и стресс.

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, что компьютер стал неотъемлемой частью современной жизни, он используется как дома, так и на работе. Компьютер оказывает как положительное воздействие на человека, так и отрицательное. Положительное влияние проявляется в расширении возможностей человека, в преодолении территориальных границ. Отрицательное влияние проявляется в воздействии на здоровье человека. Главными задачами при работе за компьютером являются повышение эффективности работы и минимизации вреда от компьютера.

Список литературы:

1. Гунн Г.Е. Компьютер: как сохранить здоровье: Рекомендации для детей и взрослых, СПб.: Нева; М.: Олма-Пресс, 2014.

2. М.М. Безруких Компьютер и здоровье ребенка / М.М. Безруких. — М.: Вентана-Графф, 2013.

3. Разумова Т. Компьютерный яд. // Наука и жизнь. —№ 6. —2012

НОВЫЙ ФОРМАТ РЕКЛАМЫ – НАТИВНАЯ РЕКЛАМА

Достовалов Ю.И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Болдарук И.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Интернет-реклама. Что первое приходит в голову, когда вам говорят «Интернет-реклама»? Бесконечные баннеры, закрывающие половину экрана, «Купить быстро в один клик», продвижение очередного супер выгодного спецпредложения?

Почему традиционная реклама в интернете постоянно теряет свою эффективность? Согласно статистике, ежедневно человек видит более 5000 различных рекламных видео и объявлений. Это огромное число, и с каждым месяцем это число растёт.

Люди стараются не обращать внимания на столь навязчивые форматы рекламы. Вокруг сотни рекламных конструкций, смс-рассылок. Мы просто игнорируем навязчивые сообщения как белый шум. Поэтому, рекламодатели всё чаще прибегают к использованию новых технологичных рекламных форматов. В частности – нативной рекламы.

Нативная реклама – это использование действующих форматов издания сайта как рекламных форматов. И наоборот – рекламные форматы могут трансформироваться в сайты. Этот формат сейчас активно используют за границей – например, TheDailyTelegraph. Почему?

- Нативная реклама эффективна. В отличие от баннеров, которые становятся всё больше и больше, обзаводятся анимацией

- Она недорогая в производстве. Часто используются уже обкатанные компанией форматы.

- Она не боится AdBlock. Бич традиционной рекламы, великая и ужасная «Баннерорезка» - AdBlock сводит усилия рекламного отдела на ноль. Для нативной рекламы — это не преграда.

- Она органично вписывается в существующую среду. Иначе говоря, читатель, зачастую, не воспринимает рекламу как рекламу и не спешит поскорее закрыть страницу или листать дальше.

Рисунок 1 Пример нативной рекламной статьи

По статистике, нативная реклама привлекает внимание читателей на четверть чаще, нежели традиционная. И, мало того, они рассказывают про нативную рекламу своим друзьям как в сети, так и в офлайне.

Если этот вид рекламы столь эффективен, почему его не используют повсеместно?

- Нежелание пробовать новые форматы. Зачем делать что-то еще, если есть баннерная реклама? Вот только популярность AdBlock растёт год от года, контекстная реклама даёт всё меньше переходов, а на рекламные ссылки «Купить сейчас» кликают, зачастую, случайно.

- Неправильные продажи. Рекламный отдел, порой, живёт обособленно от остального предприятия по собственным законам и правилам. Но когда речь заходит о подобных материалах, необходимо органично вплести их в структуру сайта, и относиться к такой рекламе также внимательно, как и к основному контенту.

- Необоснованная цена. Часто натив продают по цене специального проекта, что отпугивает рекламодателей и негативно настраивает коллектив к новым рекламным форматам.

Однако, несмотря на скепсис, будущее стремительно наступает. В мире всё больше мобильных телефонов, трафик с них уверенно соперничает с компьютерным трафиком. Мир стремительно ускоряется, количество информации вокруг нас на секунду времени увеличивается на порядок. Необходимо все те драгоценные секунды, которые читатель уделяет вам, использовать максимально продуктивно. В том числе и для «продажи» рекламных материалов.

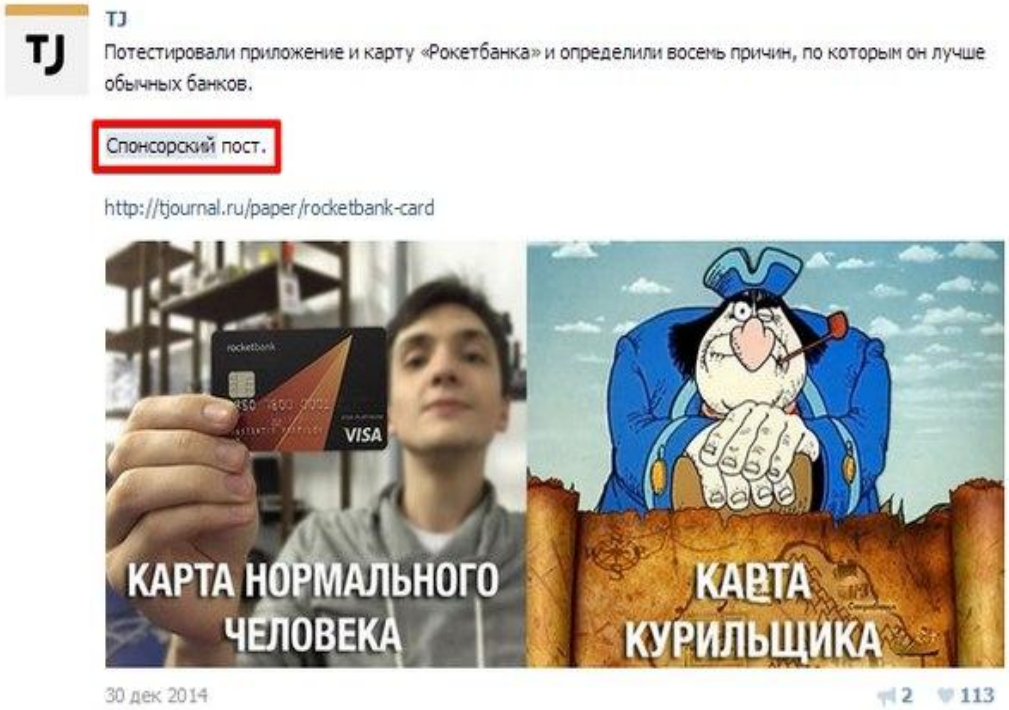


Рисунок 2 – Пример рекламного поста

Как же сделать так, чтобы рекламодатель обратил внимание на подобную рекламу, и решился сотрудничать именно с вами? Для этого:

- Компании необходимо провести несколько удачных, и, желательно, громких подобных рекламных кампаний. Тогда вы заслужите доверие ваших клиентов. Это поможет, как привлечь новых клиентов, так и даст понять, как работать в этом направлении дальше.

- Редакция полностью отвечает перед читателем за созданные рекламные проекты, также как и за редакционные, это не юридические тонкости, а репутация компании. Если вышедший материал, отмеченный пометкой «на правах рекламы», будет содержать откровенную ложь (или полуправду) — это настоящий провал. Рассказывать о сомнительных клиентах как об ответственных партнёрах — это очень плохо. Выходит, во-первых, рекламе так же нужна проверка фактов, во-вторых, требуется крайне щепетильно подходить к выбору потенциальных рекламодателей.

- Разделите ваши форматы на два вида. Первый — это развлекательные форматы, не описывающие напрямую рекламируемый бренд или продукт. Такие форматы не очень рискованные в смысле репутации, так как рекламодатель тут фактически выступает спонсором материала. Второй вид форматов — это когда вы всерьез описываете рекламируемый продукт. Такие форматы можно предлагать только очень проверенным компаниям, в качестве услуг которых вы уверены. Методом

проб и ошибок заведите правило: тема любого подобного материала утверждается у заместителя главного редактора или руководителя рекламного отдела, который никак больше в создании рекламных материалов не участвует.

- Необходимо иметь про запас 20 идей, которые, в случае неожиданности, можно вытащить из рукава.

- Создавая идею, старайтесь воспользоваться уже имеющимися форматами, которые применялись компанией. Постоянное использование одного формата значит только одно — он работает. Придумывать мертвые форматы для рекламы — значит, работать впустую и делать неэффективные вещи.

- Если подходящего формата нет, создайте новый, чтобы затем существовала бы возможность его использования. Это даёт некоторые преимущества: например, материал не выходит просто так — вы за деньги рекламодателя получаете новые инструменты для развития. Во-вторых, используя такой принцип, не придётся создавать бессмысленные вещи.

- Отнеситесь к создаваемой рекламе как к регулярному контенту. Понятно, что рекламодатель не может диктовать политику редакции. Однако, необходимо наладить «конвейер» по производству такой рекламы и делать её столь же качественно, что и обычные редакционные материалы. Задача руководителей отделов здесь — трансформировать стену, полностью не разрушив её. Иначе, редакция превратится либо в рекламную брошюру с примесью редакционных текстов, либо умрёт от недостатка кислорода (читай, денег).

Новые форматы, такие как нативная реклама, позволяют компании получать больше прибыли от рекламы, больше трафика от просмотров и большее среднее время посещения сайта, а читателям – узнавать интересную информацию и полезные предложения от партнёров издания.

Список литературы:

1. http://www.youtube.com/watch?v=Bz_KmgKNbwg (Дата обращения 24.03.2016)
2. http://romarketing.ru/nativnaya-reklama-chto-takoe-nativnaya-reklama/ (Дата обращения 24.03.2016)

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКСПЛУАТАЦИИ ЭВМ НА ОСНОВЕ МАРКОВСКИХ ЦЕПЕЙ

Громов О. М.

Научный руководитель: доцент Свитачева М.П.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Уже давно ЭВМ стала неотъемлемой частью трудовой деятельности специалиста в любой отрасли. Принятие решений – основа любого управления. Поэтому знакомство с современной теорией принятия решений необходимо всем, связанным с системами управления. Данная статья посвящена проблеме эксплуатация ЭВМ, целью которой является изучение практического применения теории Марковских цепей в моделировании экономических систем. Для достижения цели следует рассмотреть следующие задачи:

- Изучить теорию Марковских цепей.
- Показать их практическое применение к моделированию процесса эксплуатации ЭВМ.

Процесс эксплуатации ЭВМ может рассматриваться как физическая система S, которая в результате проверки может оказаться в одном из следующих состояний:

- S1 – ЭВМ полностью исправна.
- S2 – ЭВМ имеет неисправности в оперативной памяти, при которых она может решать задачи.
- S3 – ЭВМ имеет существенные неисправности и может решать ограниченный класс задач.
- S4 – ЭВМ полностью вышла из строя.

В начальный момент времени ЭВМ полностью исправна (состояние S1). Проверка ЭВМ производится в фиксированные моменты времени t_1, t_2, t_3.

Процесс, протекающий в системе S, может рассматриваться как однородная Марковская цепь с тремя шагами: первая, вторая, третья проверка ЭВМ. В результате проведения массовых наблюдений за процессом эксплуатации ЭВМ составлена следующая матрица вероятностей перехода:

$$P_{ij} = \begin{pmatrix} 0{,}3 & 0{,}4 & 0{,}1 & 0{,}2 \\ 0 & 0{,}2 & 0{,}5 & 0{,}3 \\ 0 & 0 & 0{,}4 & 0{,}6 \\ 0 & 0 & 0 & 1{,}0 \end{pmatrix}$$

Здесь каждая строка характеризует выбранное состояние системы, а ее элементы представляют собой вероятности всех возможных переходов за один шаг из выбранного i-го состояния, в том числе и переход в самое себя. Сумма вероятностей каждой строки равна единице, так как переходы образуют полную группу несовместных событий. Элементы столбцов показывают вероятности всех возможных переходов системы за один шаг в заданное j-е состояние.

Требуется определить вероятности состояний ЭВМ после трех проверок.

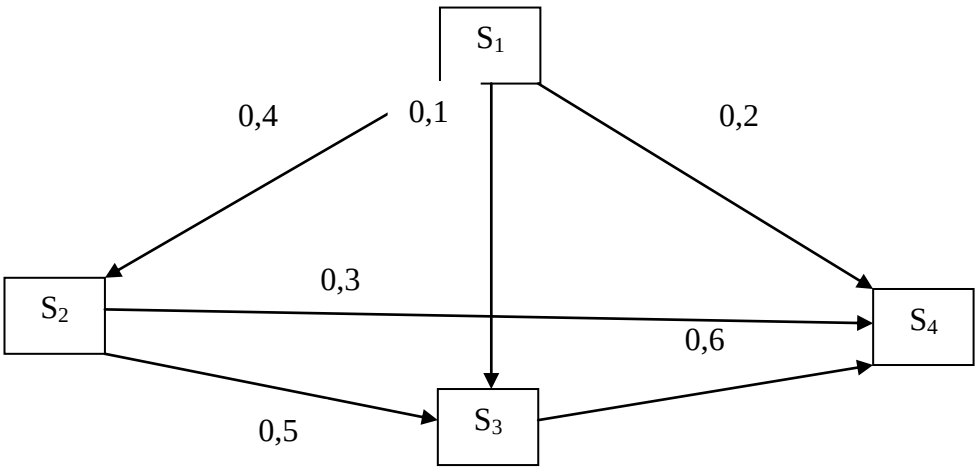
Для начала следует напомнить некоторые понятия марковских цепей:

Марковский случайный процесс с дискретными состояниями и дискретным временем называют Марковской цепью.

Вероятностью перехода (переходной вероятностью) на k-м шаге из состояния S_i в состояние S_j называется условная вероятность того, что система S после k-го шага окажется в состоянии Sj при условии, что непосредственно перед этим (после k – 1 шага) она находилась в состояние S_i.

Если переходные вероятности не зависят от номера шага (от времени), а зависят только от того, из какого состояния в какое осуществляется переход, то соответствующая цепь Маркова называется однородной.

Исходную однородную Марковскую цепь можно представить графом состояний:



Против каждой стрелки проставлена соответствующая вероятность перехода. Начальные вероятности состояний $P_1(0) = 1$; $P_2(0) = P_3(0) = P_4(0) = 0$.

Так как для однородной марковской цепи заданы начальное распределение вероятностей и матрица переходных вероятностей, то вероятности состояний системы будут рассчитываться следующим образом (в сумме вероятностей учитываются только те состояния, из которых возможен непосредственный переход в данное состояние, так как остальные являются нулевыми):

$P_1(1) = P_1(0) \cdot P_{11} = 1 \cdot 0{,}3 = 0{,}3;$
$P_2(1) = P_1(0) \cdot P_{12} = 1 \cdot 0{,}4 = 0{,}4;$
$P_3(1) = P_1(0) \cdot P_{13} = 1 \cdot 0{,}1 = 0{,}1;$
$P_4(1) = P_1(0) \cdot P_{14} = 1 \cdot 0{,}2 = 0{,}2;$

$P_1(2) = P_1(1) \cdot P_{11} = 0{,}3 \cdot 0{,}3 = 0{,}09;$
$P_2(2) = P_1(1) \cdot P_{12} + P_2(1) \cdot P_{22} = 0.3 \cdot 0.4 + 0.4 \cdot 0.2 = 0.20;$
$P_3(2) = P_1(1) \cdot P_{13} + P_2(1) \cdot P_{23} + P_3(1) \cdot P_{33} = 0{,}27;$
$P_4(2) = P_1(1) \cdot P_{14} + P_2(1) \cdot P_{24} + P_3(1) \cdot P_{34} + P_4(1) \cdot P_{44} = 0{,}44;$

$P_1(3) = P_1(2) \cdot P_{11} = 0{,}09 \cdot 0{,}3 = 0{,}27;$
$P_2(3) = P_1(2) \cdot P_{12} + P_2(2) \cdot P_{22} = 0{,}09 \cdot 0{,}4 + 0{,}20 \cdot 0{,}2 = 0.076;$
$P_3(3) = P_1(2) \cdot P_{13} + P_2(2) \cdot P_{23} + P_3(2) \cdot P_{33} = 0{,}217;$
$P_4(3) = P_1(2) \cdot P_{14} + P_2(2) \cdot P_{24} + P_3(2) \cdot P_{34} + P_4(2) \cdot P_{44} = 0{,}680.$

Итак, вероятности состояний ЭВМ после трех проверок следующие: $P_1(3) = 0{,}027$; $P_2(3) = 0{,}076$; $P_3(3) = 0{,}217$; $P_4(3) = 0{,}680$.

Результаты проверки позволяют утверждать, что самое большая вероятность состояния S_3 – ЭВМ имеет существенные неисправности и может решать ограниченный класс задач.

Список литературы:

1. Горчаков А.А., Орлова И.В. Компьютерные экономико – математические модели. – М.: Компьютер, 1995. – 135 с.
2. Орлов А.И. Принятие решений. Теория и методы разработки управленческих решений. – ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005. – 496 с.

РЕАКТОС: ОЧЕРЕДНАЯ КОПИЯ WINDOWS ИЛИ ОПЕРАЦИОННАЯ СИСТЕМА БУДУЩЕГО

Востриков О.Ю.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Казаковцев Л.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Настоящая работа содержит обзор перспективной операционной системы ReactOS

Ежедневно работая с компьютером, мы зачастую даже не задумываемся о том, что одним нажатием клавиши заставляем активироваться миллионы мельчайших элементов, принуждаем работать сложнейшую логику, открываем и закрываем множество скрытых программ и функций. Об операционной системе мы задумываемся лишь тогда, когда нам не хватает функций, когда выходят новые версии уже используемых «Операционок» или же разрабатываются кардинально новые системы. Тогда, гонясь за производительностью, новизной и удобством, мы устанавливаем новую систему, открываем для себя новые возможности информационного мира.

Совсем недавно я наткнулся на достаточноинтересную «Операционку» под названием ReaktOS. Вот о ней я сейчас и расскажу.

Общие сведения о проекте ReaktOS?

Международный совместный проект ReaktOS по разработке свободной и бесплатной системы с открытым кодом [1,2,3] создание бинарно-совместимой с Windows операционной системы. Не будучи клоном Windows, система должна быть совместима с приложениями и драйверами Windows (WindowsNTверсии 5.x и выше- Windows2000 ит.д.). Такая система должна выполнять Windows-совместимые приложения и драйверы так, как если бы они выполнялись в самой Windows (рис.1). Система была разработана «с нуля», и таким образом, не основана на Linux, ничего общего с архитектурой UNIX, что является редкостью для современных операционных систем.

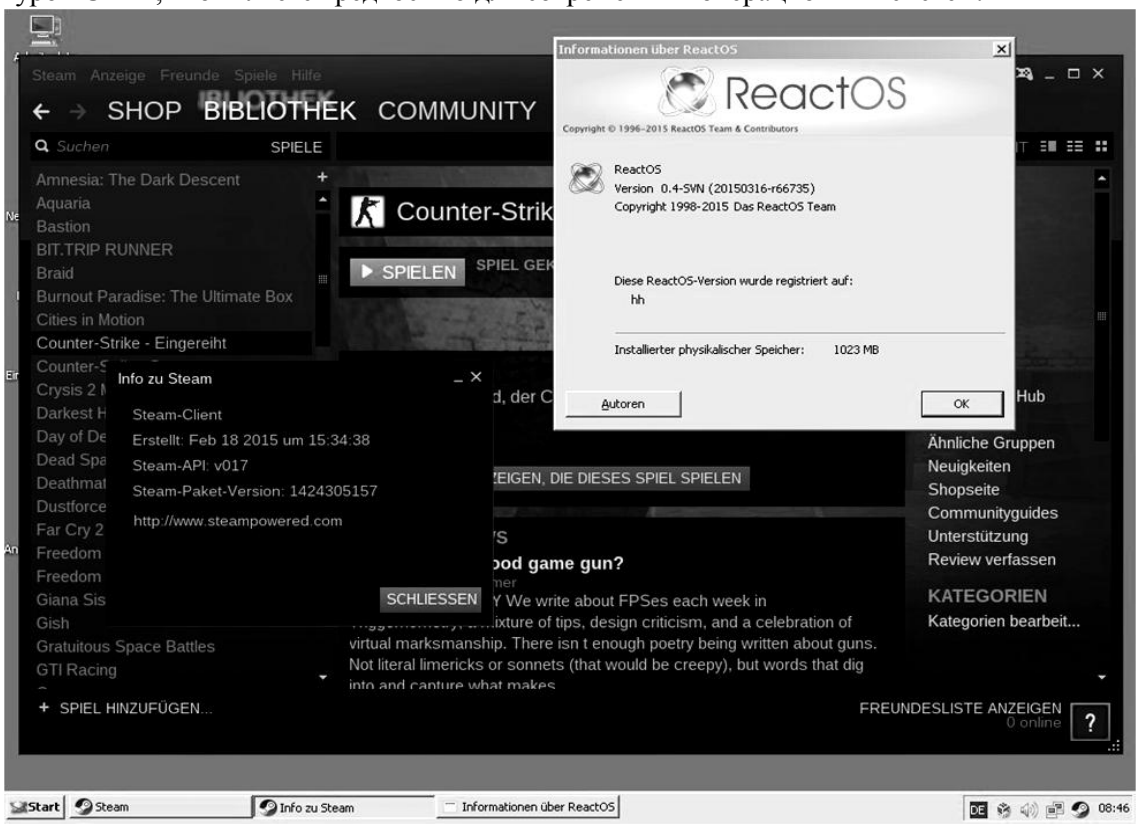


Рисунок 1 – Интерфейс ReactOS с загруженным приложением Windows

ReactOS использует аналогичный Windows графический интерфейс. Следовательно, пользователи, привыкшие к интерфейсу Windows, могут легко перестроиться на использование системы ReactOS. В перспективе, ReactOS может стать полноценной альтернативой Windows без всяких неудобств. К преимуществам можно также отнести и то, что он распространяется по бесплатной лицензии, то есть лицензионная версия ReaktOS – совершенно бесплатна.

Стадия разработки.

В настоящий момент создана версия ReactOS 0.3.17, находящаяся в состоянии альфа-тестирования. Версия лишена некоторых функциональных возможностей, и пока рекомендована исключительно для ознакомления и экспериментирования.

Разработчики операционной системы синхронизируют исходный код с другим проектом по созданию замены MS Windows - проектом Wine. В 2010 году координатор проекта Алексей Брагин предложил альтернативу большой части подсистемы Win32 — Arwinss, базирующуюся на Wine, и поэтому имеющую большую совместимость и способную иметь большую стабильность. Данное решение не предназначено для полного замещения оригинальной реализации подсистемы Win32, и может быть неактуально после завершения работ над собственной подсистемой Win32 в ReactOS. Arwinss использует архитектурные решения как Wine, так и Windows NT в надлежащих местах для правильной реализации функциональности. Также, в результате, периодически будут поступать протестированные «бесплатные» (то есть, затраты времени на их применение сравнительно малы) обновления из Wine.

В дополнение, появляется возможность поддержки удалённого графического сервера (X-сервера), что может быть удобно для полной замены Wine, вместо которой предполагается использовать связку связку ReactOS+Arwinss в виртуальной машине (например, KVM), при которой будет использоваться общая с Wine подсистема Windows API.

В связи с отсутствием спонсора и немногочисленностью команды разработчиков активность проекта невысока.

Несколько раз предпринимались попытки портироватьReactOS на различные архитектуры, но на текущий момент поддерживаются только версии для x86 и x86-64.

В заключении следует отметить, что ReaktOS уникальна. Многие программисты все еще придерживаются стереотипа, что в наше время невозможно написать операционную систему с нуля, но ReaktOS доказывает обратное. Теперь остается пожелать удачи разработчикам и ждать выхода завершенной версииReaktOS.

Список литературы:

1. Официальный сайт ReactOS [Электронный ресурс] –Режим доступа: URL http:// www.reactos.org (дата обращения 11.12.2015)
2. Доклад об ОС ReactOS [Электронный ресурс]— РИФ OSDAY 2015, г.Иннополис, режим доступа URL https://habrahabr.ru/company/reactos/blog/260381 (дата обращения 11.12.2015)
3. Сайт “Русский WINE” [Электронный ресурс] –Режим доступа: URL http:// www.reactos.org winehq.org.ru/ReactOS (дата обращения 11.12.2015)

АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕРМЕРСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Веремеенко Д.А.

Научный руководитель: профессор Бронов С.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящее время актуальна тема фермерской хозяйственной деятельности. В связи с экономической и политической остановкой в России фермерское хозяйство может стать как хорошим бизнесом так и неплохим подспорьем к семейному бюджету. Вопрос импортозамещения имеет ряд положительных особенностей в настоящее время. Президент Владимир Владимирович Путин сказал, что благодаря санкциям в России станут стабильными налоги на сельское хозяйство, и повысится количество продукции, произведенной на территории Российской Федерации.Так же в настоящее время не всегда нас устраивает то, что предлагает на рынке производитель, поэтому мы можем сами производить и контролировать качество своей продукции.

Крестьянское (фермерское) хозяйство — это один гражданин или группа граждан, имеющих в общей собственности имущество и осуществляющих совместную хозяйственную деятельность, основанную на их личном участии[1]. В КФХ можно выделить два основных вида деятельности:

- сфера разведения (животноводство,птицеводство, пчеловодство, рыбоводство);
- сфера выращивания (зерновые, фрукты и ягоды, овощи, зелень, грибы).

Когда мы имеем конкретное предприятие, перед нами остро встает вопрос автоматизации учета. Его цели:

- повышение производительности;
- удовлетворение потребностей рынка;
- увеличение прибыли;
- сокращение ручного труда через автоматизацию производственных процессов;
- сокращение времени работы с документацией;
- повышение эффективности;
- анализ деятельности и т.п.

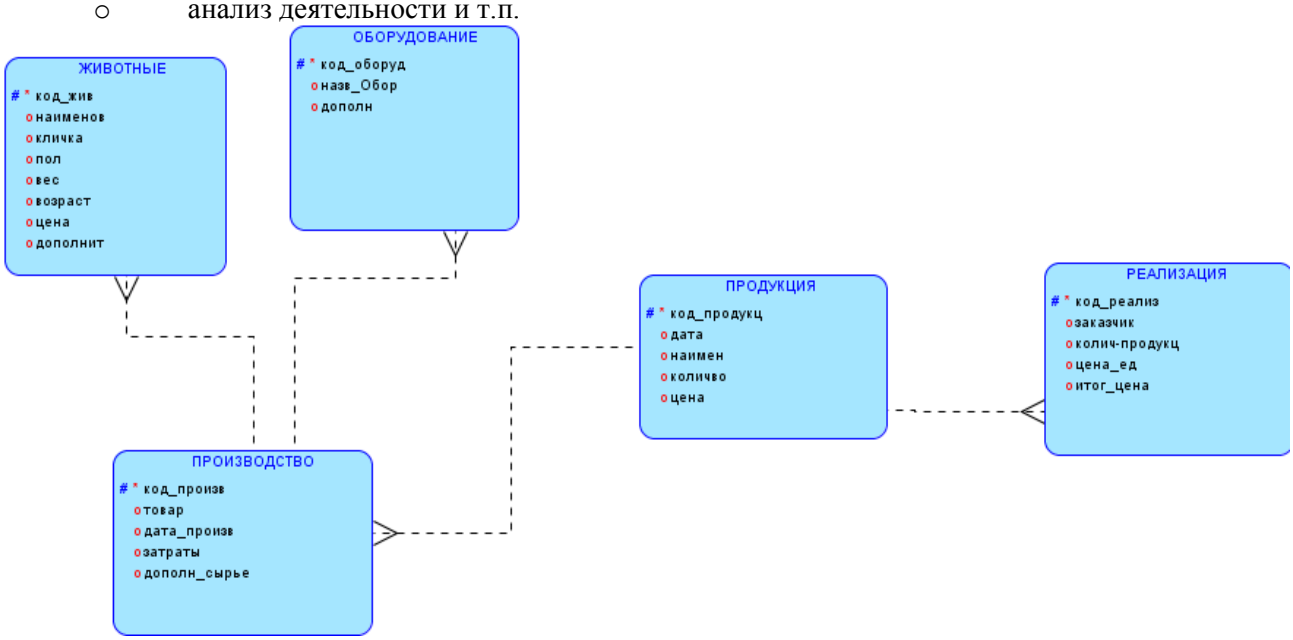


Рисунок 1 – Логическая модель предприятия

Логическая модель бизнес-процессов предприятия показана на рисунке 1. В хозяйстве имеются следующие сущности и их атрибуты:

– сущность ЖИВОТНЫЕ (атрибуты: код животного, наименование, кличка, пол, вес, возраст, цена, дополнительно);

– ОБОРУДОВАНИЕ (код оборудования, название, дополнительная информация);

– ПРОИЗВОДСТВО (код производства, товар, дата производства, затраты, дополнительно);

– ПРОДУКЦИЯ (код продукции, дата, наименование, количество, цена);

– РЕАЛИЗАЦИЯ (код реализации, заказчик, количество продукции, цена единицы продукции, итоговая цена).

На предприятии имеется 20 коров. Ежедневно они дают n-литров молока. Это молоко перерабатывается на производстве с помощью оборудования в молочную и кисломолочную продукцию, которая в итоге реализуется оптовому или розничному покупателю (Рисунок 1).

Есть тонкости, касающиеся ферм данного вида:

- небольшие масштабы производства;
- неумение руководством выбрать подходящее прикладное решение автоматизации из имеющихся или создать новое, наиболее адаптированное под конкретный вид деятельности;
- естественная убыль продукции;
- большой объем ручного труда;
- быстрая порча продукции;
- сезонность цен на продукцию;
- высокие затраты для внедрения некоторых автоматизированных систем и т.д.

Для того, чтобы отслеживать производимое сырье, продукцию, финансовые затраты и выручку необходимо решение позволяющее автоматизировать ведение оперативного учета.

Далее представлен небольшой обзор существующих решений:

- Компания 1С предлагает решение **"1С:Предприятие 8. Бухгалтерия сельскохозяйственного предприятия".**

Нам данное решение не подходит, т.к. многие функциональные возможности охватывают области производства и учета, которые мы не используем, вследствие чего затратно оплачивать программное решение которое бы мы не использовали в полной мере. Ниже приведены цены:

Наименование	**Розничная цена, руб.**	**Дилер**	**Партнер**	**Дистри-бьютор**
1С:Предприятие 8. Бухгалтерия с/х предприятия.	30000	15000	13500	12000
1С:Предприятие 8. Бухгалтерия с/х (5 пользователей)	42000	21000	18900	16800
1С:Бухгалтерия с/х предприятия, клиентская лицензия(1 рабочее место)	4200	2100	1890	1680

Программа от РосАгроФонд.

Программа позволяет значительно сократить затраты времени на разработку различных вариантов плана, осуществляет автоматический пересчет при изменении любых параметров входной информации. В дополнение к базовой методике программа рассчитывает ежемесячные денежные потоки (бюджет доходов и расходов), оптимизирует график получения и погашения кредита.Осуществляет все расчеты в формате электронных таблиц Excel и занимает около 3 Мб дисковой памяти. Её инсталляция возможна на любом персональном компьютере, использующем MicrosoftOffice 2000.

Это решение нам тоже не подходит, по причине узкой направленности на бухгалтерию.

Не так много приложений и разработок имеется на сегодняшний день. Основную нишу на рынке заняла компания 1С. Но что делать, если она не подходит а другие уже существующие программы не всегда удобны и выгодны для небольшой фермерской деятельности. Новое прикладное решение должно объединить в себе финансовый учет, сырьевой, затраты и товарооборот. В связи с этим рекомендую предложить свою разработку. Ее преимущества:

- В новую разработку будет входить база данных, в которой мы можем отобразить весь оборот фирмы (сырье, товар, финансы);
- Программа, которая проста и понятна в использовании;
- Экономически выгодное решение;
- Сайт с поддержкой базы данных, возможность отслеживать работу удаленно;

Реализовать данное решение можно с помощью OracleDatabaseExpressEdition (XE) иOracle Application Express

OracleDatabaseXEэто СУБД начального уровня, основанная на программном коде СУБД Oracle Database 11g Release 2. Данная СУБД бесплатна для разработки, развертывания и продажи, быстро скачивается и проста в администрировании.

OracleApplicationExpress (OracleApex, APEX).СУБД Oracle Database, целиком реализованная как веб-приложение. Все элементы разработанные в данной среде хранятся в инфраструктуре Oracle Database, тем самым обеспечивается совместная работа разработчиков и контроль версий без Oracle HTMLDB). Свободная среда быстрой разработки прикладного программного обеспечения на использования файлов и дополнительных систем управления версиями.

Список литературы:

1. Официальный интернет-портал МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ / http://krasagro.ru/

2.Фонд поддержки аграрной реформы и сельского развития (РосАгроФонд) / http://www.raf.org.ru/software.htm

3. Фирма 1С, официальный сайт /http://www.1c.ru/
4. Слуцкий, И. Самый полный справочник животновода. (2015, 48 стр.)
5. С.Смирнов "Работаем с Oracle". Учебное пособие. (М.: "Гелиос", 2013, 318 стр.)

ПРИЛОЖЕНИЕ «PROКРАСНОЯРСК»

Андреева М.В. Суворова Е.В. Радостев А.В
Научный руководитель: ст. преподаватель Болдарук И.И.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Красноярск вступил в 21 век как мощный индустриальный город, центр огромного края, где на сегодняшний день проживает 1052218 человек.[1]

Сегодня Красноярск этогород, в котором ежедневно проходит множество мероприятий различных направленностей. Многие из них проводятся НКО. Так как у НКО не хватает денежных средств на рекламирование подобных мероприятий, о них знает только узкий круг людей.

Таким образом, нами было выявлено, что для НКО необходима площадка для бесплатного размещения информации о проводимых мероприятиях. А так как на сегодняшний день образ современного человека не представляется без мобильного телефона, мы предлагаем создать мобильное приложение о событиях города - «PRoКрасноярск», которое объединит все события города, с возможностью фильтрации мероприятий по интересующим темам, просмотрам рекомендаций и планирование своего досуга из ключевых мероприятий города, событиям мелкого и крупного бизнеса, НКО и муниципальных учреждений. В качестве поддержки НКО города им будет предоставлена возможность бесплатно размещать объявления о проводимых мероприятиях для жителей и гостей города.

Мобильное приложение – это программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах. Которые доступны в интернет-магазинах AppStore, PlayMarket. Приложение «PRo Красноярск» входит в категорию Планирование досуга, Стиль жизни, Социальная активность. Это мобильное приложение включает в себя информацию о всех мероприятиях города. Такие приложения создаются при помощи программ компиляторов.

Компиляция- трансляция программы, составленной на исходном языке высокого уровня, в эквивалентную программу на низкоуровневом языке, близком машинному коду. Входной информацией для компилятора (исходный код), является описание алгоритма или программа на проблемно-ориентированном языке, а на выходе компилятора - эквивалентное описание алгоритма на машинно-ориентированном языке (объектный код).

Самые популярные среди них: GoldenStudio, AMXX, GNUComplierforJava, BorlandC++, DecAPK, CppCode [2].

Так как в городе Красноярске пользователей ОС Android больше чем пользователей IOS и Windows, для создания приложения нами была выбрана программа DecAPK, так как она проста, но достаточно удобна для декомпиляции приложений в ОС Android.

В дальнейшем для увеличения числа пользователей, необходимо преобразовать приложение для ОС IOS. Для этого будет использоваться программа CppCode, так как ее интерфейс прост и понятен, возможность написания программы на разных языках (С или С++), так же если в написании кода будут допущены ошибки, приложение сообщает об этом пользователю и предлагает возможные варианты исправления.

Исходя из вышесказанного, следует, что приложение, которое мы хотим разработать актуально востребовано, как для жителей, так и для организаций города.

Список литературы:

1. http://www.statdata.ru/naselenie/krasnoyarskogo-kraya (Дата обращения 24.03.2016)
2. http://www.softportal.com/dlcategory-316-1-0-0-0.html (Дата обращения 24.03.2016)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК БИЗНЕСА

Морозов Д.Д.
Научный руководитель: к.т.н., доцент Казаковцев Л.А.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящей работе проведена оценка современного состояния информационных технологий как отдельной сферы бизнеса, стремительно развивающейся в последнее время.

Информационный бизнес – это бизнес, в основу которого положена продажа информации. Причем в качестве товара должна выступать уникальная информация, нужная многим, это могут быть советы,

личный опыт, организация бизнеса в Интернет сети и т.д. Кроме того, почти каждый вид деятельности, направленный на получение прибыли, можно отнести к идеям информационного бизнеса, так как проявлениями так же будут считаться патенты, товарные знаки, всевозможные лицензии, инженерно – технические изыскания и многое другое[1].

Развитие информационного бизнеса получило свое начало не так давно, примерно в 60-х годах на Западе. Именно поэтому, западные страны так умело используют деятельность информационного бизнеса в повседневной жизни. Международный информационный бизнес, в основном, представлен такими «акулами» на информационном рынке, как агентство Reuter, Dow Jones Telerate, в функции информационного бизнеса которых входит не только предоставление информационных услуг своим клиентам, но и непосредственное создание специального программного обеспечения, которое с относительной точностью может прогнозировать изменение финансовых событий [2]. Эти информационные агентства настолько прочно занимают свою нишу в сфере деятельности информационного бизнеса, что на сегодняшний день представить весь мир без их услуг невозможно. Да и оборот информационного товара в целом на сегодняшний день превышает сумму в 4 триллиона долларов, что гораздо выше показателей оборота товаров производства.

К функциям информационного бизнеса относятся [3]:

- непосредственное ведение учета, а так же управление финансами;
- управление предоставленными кадрами;
- исследования в области маркетинга;
- страхование информации, имущества;
- выполнение роли посредника.

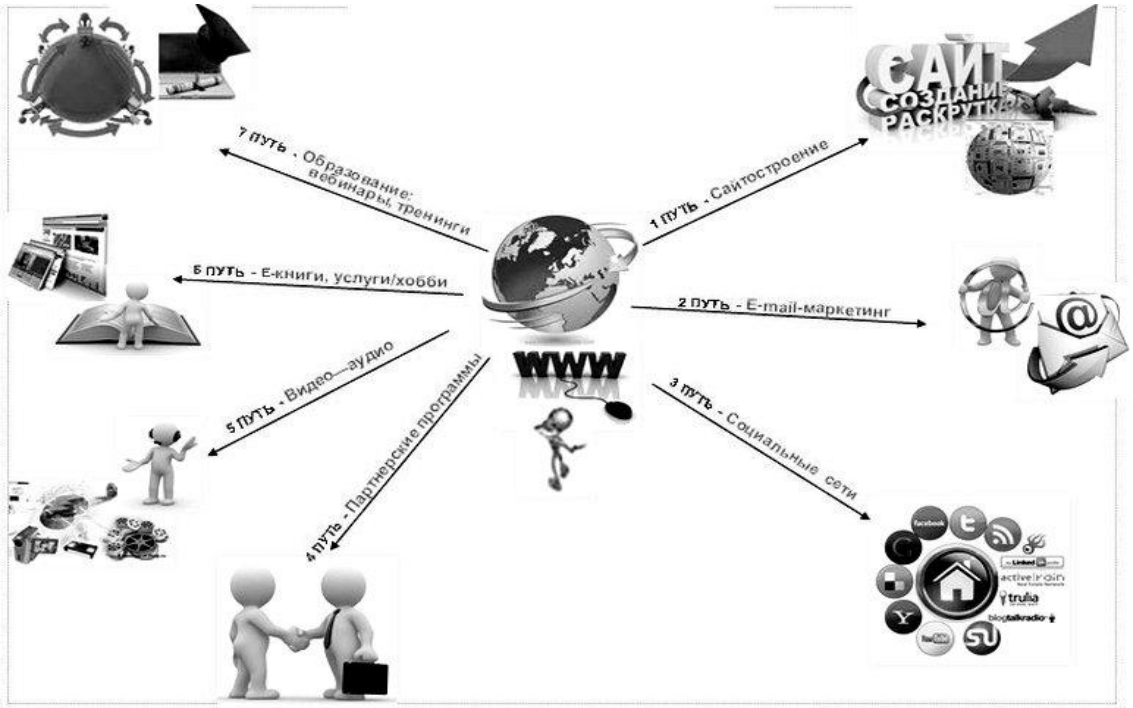


Рисунок 1 — пути развития информационного бизнеса [4]

Особенности информационного бизнеса в сети Интернет

Информационный бизнес в сети Интернет имеет огромное преимущество, так как вы можете открыть такое бизнес самостоятельно. Понятие информационного бизнеса настолько охватывает все сферы деятельности человека, что порой отделить его от непосредственного вида деятельности не получится. К примеру, во всемирной сети производитель создает сайт своей продукции, чтобы охватить большее число потенциальных потребителей. С одной стороны, он условно «расширяет» свое настоящее дело, а с другой – вступает на стезю информационного бизнеса, так как уже через сайт покупатели могут знакомиться с его продукцией, то есть, получат информацию о товаре. Таким образом, каждый желающий может стать представителем этого рода деятельности, так как даже оформление и продажа электронных книг (информация) - один из видов информационного бизнеса. Структура информационного бизнеса настолько многогранна, что подчас включает в себя составляющие всех типов деловой деятельности.

Виды информационного бизнеса

Виды информационного бизнеса разделяются в зависимости от сферы (сегмента) их деятельности (рис.1):

- потребительский - когда информация передается потребителю;
- интеллектуальный – передача и потребление информации среди специалистов;
- сегмент так называемого взаимодействия, когда компании – разработчики взаимодействуют при создании, а так же последующей реализации своей продукции;
- сфера обеспечения бизнеса – когда происходит обмен информацией в процессе различных видов деятельности, а именно закупка товара, распространение продукции, маркетинг.

Информационный бизнес в России еще только начинает набирать обороты, появляется большое количество информационных товаров на различные темы в различных форматах (книга, аудио-видеокурсы, закрытые семинары с платным доступом и др.). Информационный рынок в России, несмотря на большое количество товаров, пока еще довольно пустой. При этом имеются несомненные перспективы роста независимо от общего состояния экономических процессов в стране.

Список литературы:

1. Информационный бизнес // UTMAG http://utmagazine.ru/posts/8642-informacionnyy-biznes [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL [дата обращения: 24.03.2016].
2. Информационный бизнес. 2015 [Электронный ресурс] Режим доступа URL http://kak-bog.ru/informacionnyy-biznes [дата обращения: 24.03.2016].
3. Инфобизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL http://www.businesssuccess.ru/.../chto-takoe-informacionnyj-biznes.html [дата обращения: 24.03.2016].
4. Информационный бизнес в интернете // Заработок в сети. 2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL http://info-working.ru/informacionnyj-biznes-v-internete/ [дата обращения: 24.03.2016].

Подсекция 10.5. Информационные системы и математическое моделирование в управлении

ОПИСАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В НОТАЦИИ ARIS eEPC

Качаева Т.Г., Валькевич И. Г.

Научный руководитель: доцент к.с-х.н.,Шевцова Л. Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современной практике моделирования управленческой и производственной деятельности, для обозначения объектов моделирования принято употреблять определение «бизнес-процесс».

Бизнес-процесс – устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие важность для потребителя.

Существуют три вида бизнес-процессов:

1. **Управляющие** — бизнес-процессы, прицелены на управление функционированием системы. Примером данного процесса является корпоративное управление и стратегический менеджмент.
2. **Операционные** — бизнес-процессы, являющиеся основой бизнеса в компании и производящие основной поток доходов. Примерами операционных бизнес-процессов являются снабжение, производство, маркетинг и продажи.
3. **Поддерживающие** — бизнес-процессы, обслуживающие основной бизнес (например: бухгалтерский учет, подбор персонала, техническая поддержка) [1].

Самым кропотливым этапом проекта, нуждающимся не только в больших затратах времени, но и в глубоком и серьезном подходе к анализу процессов является описание бизнес- процессов. Процессы можно представлять, применяя различные инструменты и программы обеспечения: MS EXCEL, BPWin, ARIS, MS Visio и др. Важно, чтобы готовые схемы были понятны всем и отражали сущность описываемых процессов. Здесь очень важна квалификация руководителя проекта и внешних аналитиков, которым необходима достаточная степень образования в экономической области и менеджменте, а также богатый опыт исполнения подобных проектов.

В современном процессном управлении выделяют два подхода совершенствования бизнес-процессов:

- постепенный (пошаговый) подход совершенствования процессов в рамках существующей организационной структуры управления, требующий небольших денежных инвестиций или не требующих их вовсе;

- кардинальный подход. Данный подход приводит к значительным изменениям процесса и доскональным изменениям в организационной структуре управления компанией.

В настоящее время существует ряд методологий и нотаций, описывающих бизнес-процессы. Каждая методология включает свой язык, а также имеет свое название [5].

Несмотря на отличия, современные методологии описания бизнес-процессов имеют много общего и представляют собой видоизменения двух классических схем – DFD (Data Flow Diagram) и WFD (Work Flow Diagram).

Под методологией (нотацией) создания модели бизнес-процесса рассматривают совокупность способов, с помощью которых объекты настоящего мира (например, деятельности компании) и связи между ними представляются в графическом виде.

В настоящее время на рынке компьютерных технологий предложено множество специальных программ, позволяющих исследовать предприятие и составить модель. Существенные типы методологий и инструментов представлены в таблице:

Методология	Нотация или язык	Стандарт	Case - средства
SADT	IDEF0	IDEF0	IDEF Doctor, MS Visio, BPWIN (AllFusion), Ramus.
IDEF3	IDEF3	IDEF3	
DFD	Гейна Сарсона Йордона-Де Марко	DFD	
IDEFX	IDEFIX	IDEFIX	ERWin
ARIS	VAD eEPC/PCD	ARIS	ARIS Toolset, MS Visio
OOM	UML	UML 2.0	StarUML, MagicDraw, MS Visio, Rational Rose, NetBeans, Enterprise Architect

Любая нотация подходит под определенный круг задач. Одной из ведущих целей возникновения графических схем процессов, является их использование в регулируемых документах компании. По этим схемам обычно работают служащие, которые не имеют мастерства системного анализа. Для них наиболее ценно простота и наглядность схем. Сложные, запутанные схемы и проекты, содержащие множество разнообразных условных обозначений, тяжело осознаются людьми, что усложняет их практическое использование. Поэтому для практических целей важным являются корректный выбор и использование нотаций (методик) описания процессов. При выборе нотаций так же важным критерием является возможность использования доступного программного инструмента. Например, программа MS Visio является достаточно общепринятой и обладающей нужным набором инструментов для рисования графиков и схем [2].

Далее рассмотрим процесс формирование схемы обработки заявки клиентов в нотации ARIS eEPC по рисунку 1.

В первом столбце показаны события и часть символов логики, во втором – функции, в третьем – входящие и исходящие документы, в четвертом – виды прикладного программного обеспечения, в пятом – должности сотрудников, задействованных в процессе. Такое представление процесса является более «стандартным». Оно подходит и для целей документирования процессов. Представление в нотации ARIS eEPC эффективно отражает как линейные, так и нелинейные процессы [4].

Основные объекты, используемые в рамках нотации ARIS eEPC:

— функция (Function) служит для описания функций (процедур, работ), выполняемых подразделениями/сотрудниками предприятия;

— событие (Event) служит для изображения реальных состояний системы, влияющих и управляющих выполнением функций;

— организационная единица (Organizational Unit) отмечает разные организационные звенья организации (например, управление или отдел);

— документ (Document) представляют собой реальных носителей информации, например, бумажную документацию, в рамках технологии выполнения функции;

— кластер информации (Cluster) классифицирует данные, как набор сущностей и связей между ними, применяемых для формирования моделей данных;

— стрелка связи посередине объектов изображает тип отношений между другими объектами, например, активацию выполнения функции определенным событием;

— оператор логическое «И» (AND) устанавливает связи между событиями и функциями в рамках процесса;

— оператор логическое «ИЛИ» (OR) устанавливает связи между событиями и функциями в рамках процесса;

— оператор логическое исключающее «ИЛИ» (XOR) устанавливает связи между событиями и функциями в пределах процесса. Используемые при построении модели символы логики, позволяют отобразить разветвление и соединение бизнес-процессов [3].

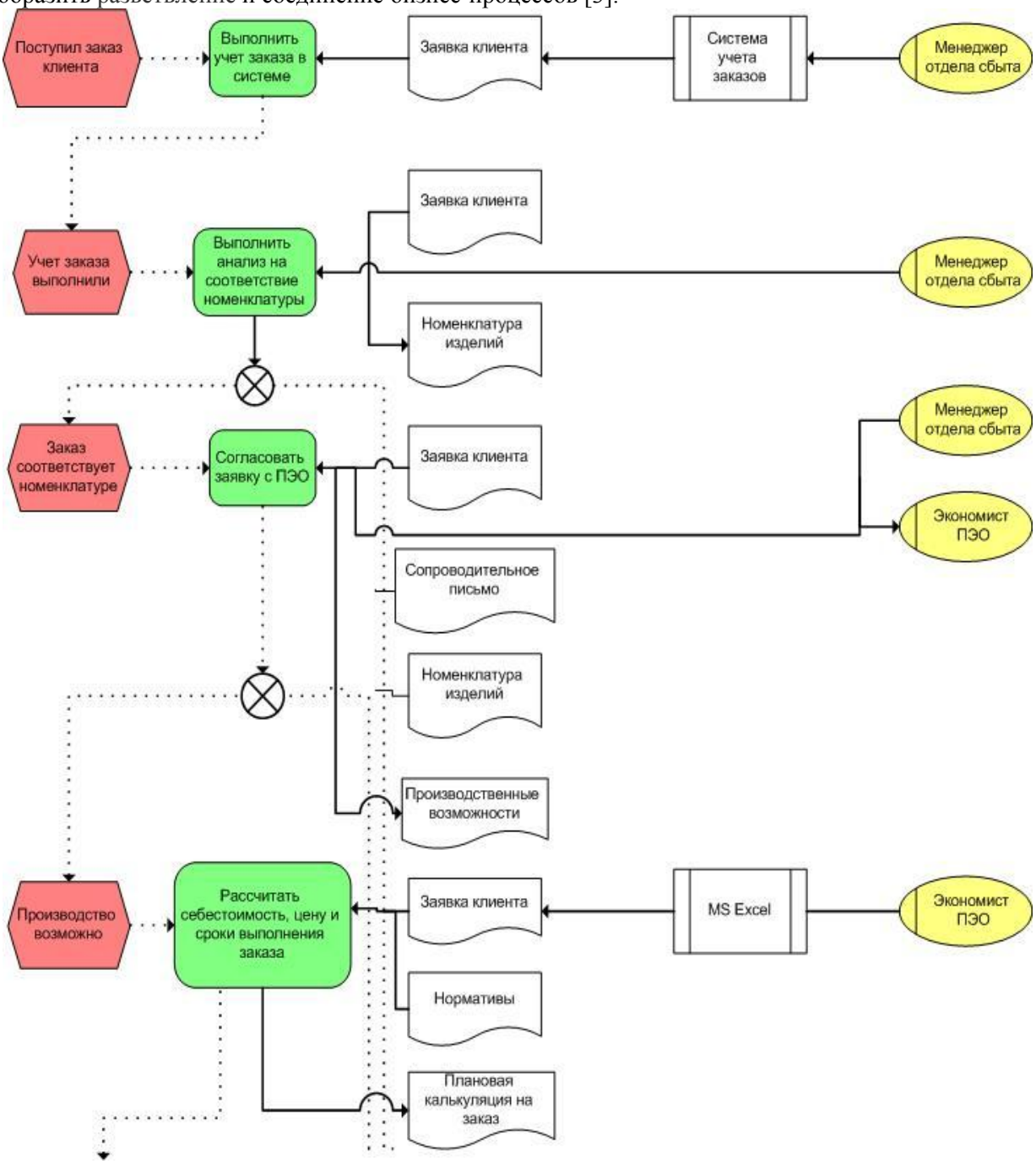


Рис. 1. Фрагмент примера обработки заявки клиентов в нотации ARIS eEPC

Анализ бизнес-процессов и методики моделирования в настоящее время являются одним из важнейших инструментов увеличения рентабельности бизнеса. Использование схожих методик и программных средств имеют основную задачу: реорганизацию бизнес-процессов и, как следствие, повышение выручки, минимизация затрат на производство продукции и услуг, улучшение качества продукции, приемлемое использование оборотного капитала, введение систем автоматизации и прочее. Таким образом, выполняемые в компании проекты по управлению бизнес-процессами, связаны с формированием и внедрением новейших систем управления процессами и их элементов.

Как следствие, лидеры компаний ждут от внедрения значительного улучшения деятельности, например, уменьшение затрат.

В итоге отметим, что залог удачного управления бизнес-процессами заключается не в конкретной методологии, а в используемых подходах, понимании сути процессного подхода, готовности руководителей организации проводить реинжиниринг бизнес-процессов.

Список литературы:

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы: инструменты совершенствования / Б. Андерсен – М.: 2013. – 150 с.
2. Ильин В.В. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Ильин – М.: 2013. – 322 с.
3. Ковалев С. М. Журнал "Консультант директора / С. М. Ковалев – М.: 2014. – 89 с.
4. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес – процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов – М.: 2009. - 134 с.
5. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / М. Робсон, Ф. Уллах – М.: 2014. – 219 с.

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС –ПРОЦЕССАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НОТАЦИИ IDEF3

Таганова А.Н., Борисенко Н.В.

Научный руководитель: доцент к.с -х.н Шевцова Л.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Бизнес-процесс – это совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителей.

На сегодняшний день есть пять основных методов для достижения целей совершенствования бизнес-процессов предприятий:

1. методика быстрого анализа решения (FAST);
2. бенчмаркинг процесса;
3. перепроектирование процесса;
4. инжиниринг процесса;
5. реинжиринг процесса.

Инжиринг и реинжиринг включает графическое моделирование бизнес-процессов.

Реализация реинжиниринга бизнеса предполагает несколько этапов:

- создание образа (vision) будущей фирмы, то есть построение картины того, как лучше и поэтапно развивать бизнес, для того чтобы достичь стратегических целей;
- анализ работающего бизнеса необходим для исследования организации и составление схем ее работы в настоящий момент;
- разработка нового бизнеса — новые и/или измененные процессы и поддерживающая их информационная система, подбор прототипов и тестирование новых процессов;
- введение нового бизнеса.

В данном случаеможносделать вывод, что эти этапы могут использоваться как последовательно, так и параллельно и даже некоторые их них могут повторяться.

По оценкам специалистов, в случае правильного проведения реинжиниринга процесса снижаются затраты, длительность цикла сокращается на 60-90% а уровень ошибок — на 40-70%.

Методология SADT является основой очень многих методологий бизнес-процессов (StructuredAnalysisandDesignTechnique – метод структурного анализа и проектирования), семейство стандартов IDEF (Icam DEFinition, где Icam - это IntegratedComputer-AidedManufacturing) и алгоритмические языки.

Основными типами методологий моделирования бизнес-процессов и анализа выступают следующие типы:

- Моделирование бизнес-процессов (BusinessProcessModeling). В данном случае очень часто используется методология описания бизнес-процессов – стандарт IDEF0. Модели в нотации IDEF0 используются для описания бизнеса фирмы в функциональном аспекте.
- Описание потоков работ (WorkFlowModeling). Стандарт IDEF3 необходим для того, чтобы можно было описывать рабочие процессы. Данный вид очень похож на алгоритмические методы построения блох-схем.
- Описание потоков данных (DataFlowModeling). Нотация DFD (DataFlowDiagramming), показывает последовательность работ, которые необходимо выполнить на данном этапе, а также отражает информацию, которая возникает между процессами.
- Также существует еще ряд методологий.

Что касается метода IDEF3, то данный метод предназначен для моделирования всех этапом действий поэтапно, а также отражает взаимозависимость между этапами в рамках определенного процесса Модели IDEF3также используютсядля более четкой детализации функциональных блоков IDEF0, которые не имеют или не могут иметь диаграмм декомпозиции.

Диаграммы IDEF3 показывают какие-либо действия или процессы в виде прямоугольников. Все действия описываются или называются с помощью глаголов или отглагольных существительных, каждому действию дается уникальный идентификационный номер (номер действия обычно предваряется номером его родителя, например, 1.1.). Связи в IDEF3 могут быть только однонаправленными и показываются слева направо.

Есть два типа диаграмм IDEF3, которые показывают описание одного и того же проекта технологического процесса с разных сторон. Диаграмм, которые относятся к первому типу,имеют названия диаграмми Описания Последовательности Этапов Процесса (ProcessFlowDescriptionDiagrams, PFDD), второй тип, имеет название - диаграммами Состояния Объекта и его Трансформаций Процессе (ObjectStateTransitionNetwork, OSTN, рис.2.). Для примера возьмем процесс покраски изделия напредприятии. Для этого используем диаграмму PFDD, данная диаграмма нужна для документирования последовательности и описанияэтапов обработки изделия, именно в том процессе, который исследуется. Диаграммы OSTN необходимы для иллюстрации трансформаций детали, которые происходят на каждомэтапе обработки.

На примере (рис. 1), рассмотримкак графические средства IDEF3, могут помочь в документировании вышеуказанного производственного процессапокраски той или иной детали. Данный процесс состоит из самой покраски детали, которая производится на специальном оборудовании и проходит этапы, на которых оценивается ее качество. После этого определяется необходимость покраски детали заново (в случае , если произошло несоответствие стандартам и выявления брака) либо ее отправляют на дальнейшую обработку.

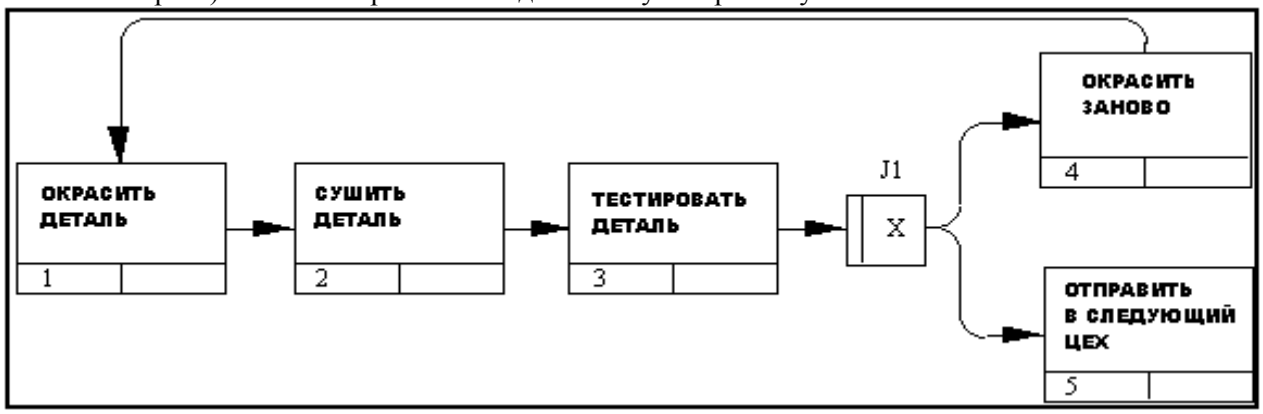


Рис. 1 Диаграмма PFDD

На рисунке 1 изображена диаграмма PFDD. Данная диаграмма является графическим отображением этапов обработки детали. Прямоугольники на диаграмме PFDD имеют названия, которые означают события. У каждого UOB есть свое имя, которое отражается в глагольном наклонении и имеет свой уникальный номер. Стрелки или линии которые отображаюткак перемещаются детали между UOB-блоками в ходе процесса. Линии могут быть следующих видов:

- Старшая (Precedence) - сплошная линия, она является связующей линией UOB. Изображается слева направо или сверху вниз.
- Отношения (RelationalLink)- пунктирная линия. Данный вид линий используется для того, чтобы отразить связь между UOB
- Потоки объектов (ObjectFlow), в данном случае изображается стрелка с двумя наконечниками. Она используется для того, чтобы описать деталь, которая используется в двух или более единицах работы.

Сценарий, отображаемый на диаграмме, можно описать в следующем виде:

Деталь поступает в окрасочный цех, уже подготовленной к окраске. В процессе покраски наносится один слой эмали при высокой температуре. После этого, производится сушка детали, после которой начинается этап проверки качества нанесенного слоя. Если тест подтверждает недостаточное качество нанесенного слоя (недостаточную толщину, неоднородность и т.д.), то деталь заново пропускается через цех окраски. Если деталь успешно проходит контроль качества, то она отправляется в следующий цех для дальнейшей обработки.

Каждый функциональный блок UOB может иметь последовательность декомпозиций, и, следовательно, может быть детализирован с любой необходимой точностью. Под декомпозицией мы понимаем представление каждого UOB с помощью отдельной IDEF3 диаграммы. Например, мы можем декомпозировать UOB "Окрасить Деталь", представив его отдельным процессом и построив для него свою PFDD диаграмму. При этом эта диаграмма будет называться дочерней, по отношению к изображенной на рис. 1, а та, соответственно родительской. Номера UOB дочерних диаграмм имеют сквозную нумерацию, т.е., если родительский UOB имеет номер "1", то блоки UOB на его декомпозиции будут соответственно иметь номера "1.1", "1.2" и т.д. Применение принципа декомпозиции в IDEF3 позволяет структурировано описывать процессы с любым требуемым уровнем детализации.

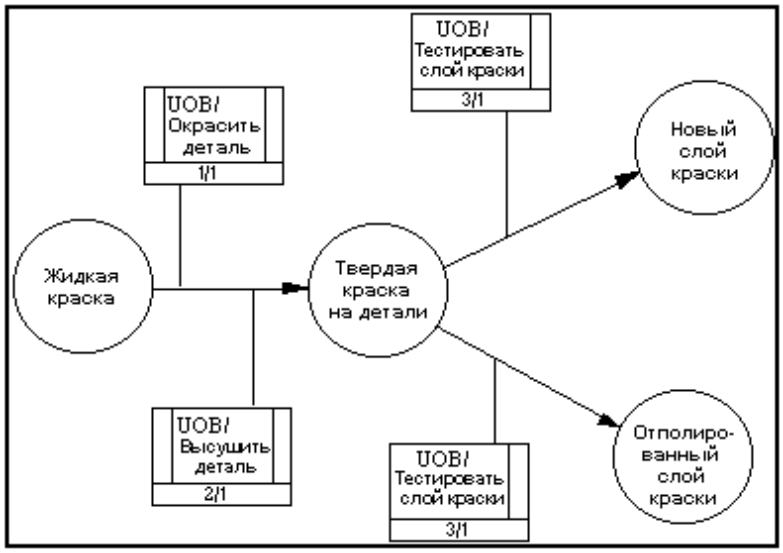


Рис.2 диаграмма OSTN

Если диаграммы PFDD технологический процесс "С точки зрения наблюдателя", то другой класс диаграмм IDEF3 OSTN позволяет рассматривать тот же самый процесс "С точки зрения объекта". На рис.2 представлено отображение процесса окраски с точки зрения OSTN диаграммы. Состояния объекта (в нашем случае детали) и Изменение состояния являются ключевыми понятиями OSTN диаграммы. Состояния объекта отображаются окружностями, а их изменения направленными линиями. Каждая линия имеет ссылку на соответствующий функциональный блок UOB, в результате которого произошло отображаемое ей изменение состояния объекта.

Предприятию очень удобно использовать в управлении бизнес-процесс с использованием нотации IDEF3. Так как данный инструмент может помочь в решении некоторых вопросов и задач, а также улучшить работу предприятия в целом.

Список литературы:

1. Джестон Дж., Нелис Й. Управление бизнес-процессами. Практическое руководство по успешной реализации проектов. — СПб.-М.: Символ-Плюс, 2008.

2. Бочкарев А.Н. Моделирование и оптимизация бизнес-процессов в консалтинговой компании, занимающейся маркетинговыми исследованиями. Журнал школы IT-менеджмента «Системы управления бизнес-процессами» Выпуск №5, ноябрь 2010.

3. Клейнер Г.Б. От теории предприятия к теории стратегического управления. Российский журнал менеджмента №1, 2003, с.31-56.

4. Шаститко А.Е. , Радченко Т.А. Структурные альтернативы оценки качества корпоративного управления. Российский журнал менеджмента, том 8, № 2, 2010, с.3-20.

5. http://en.wikipedia.org/wiki/Business_Process_Management

6. http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=10321

СОЗДАНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ СХЕМЫ БД ДЛЯ ЧАСТНОЙ ПИВОВАРНИ

Рахманов А.Н.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Титовская Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В нынешнее время трудно представить организацию, компанию или фирму, в которой не нужна обработка информации. Одним из средств обработки информации является база данных. Базы данных предназначены для хранения, сортировке и поиска информации, поэтому о создание собственной базе данных задумывается каждое предприятие.

База данных представляет собой информационную систему определенной предметной области. Под предметной областью понимают фрагмент реального мира, информация о которой представляет интерес будущим пользователям базы данных. В результате анализа предметной области должны быть создана логическая модель базы данных.

Логическая модель данных является независимым логическим представлением данных предметной области. Логическая модель описывает понятия предметной области, их взаимосвязь. Элементы логической модели: сущность, связь, атрибуты.

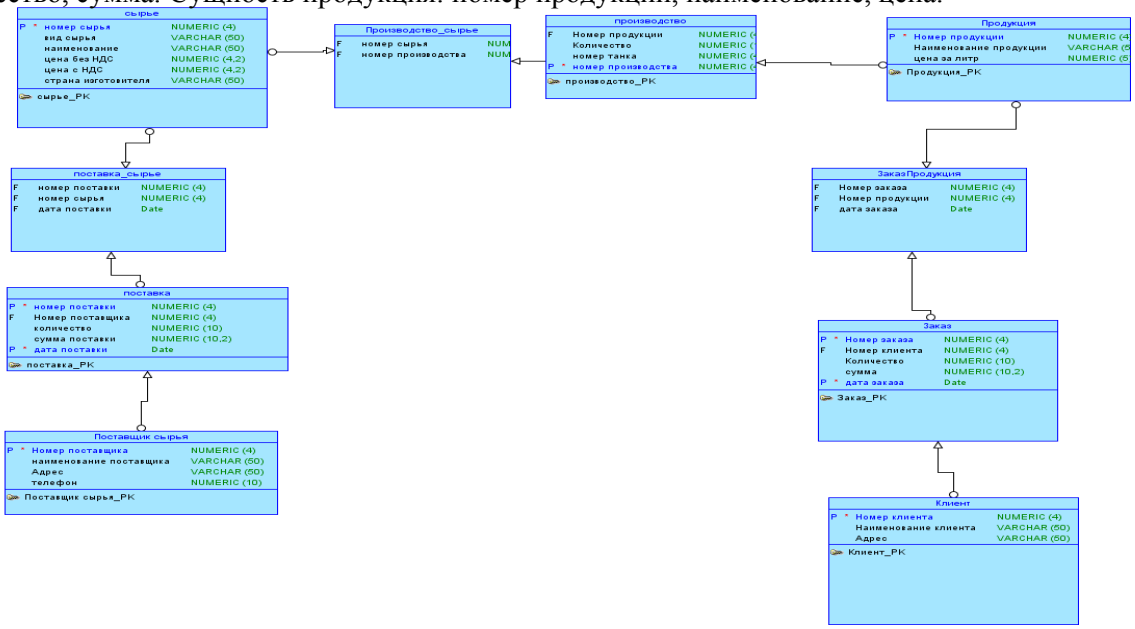
Под сущностью понимают конкретный объект, имеющее четкое функциональное назначение и информацию о котором нужно хранить в базе данных. Сущностями могут быть представлены рейсы, места, самолеты, люди и т.д. Атрибуты выступают в качестве информации об объекте. Например: зарплата сотрудника или адрес заказчика. Связь - это ассоциирование двух или более сущностей. Важной характеристикой связи между сущностями является степень связи. Различают связи типов: один к одному, один ко многим, многие ко многим.

Разрабатываемая база данных будет для частной пивоварни. Частная пивоварня была открыта в 2012 году под чешской франшизой ROHOCEZ. На момент открытия пивоварня выпускала всего 2 сорта пива. На настоящий момент ассортимент вырос до 13 сортов, выросло количество поставляемого сырья, выросло количество заказчиков продукции, что вызвало необходимость создания базы данных для учета выпускаемой продукций, заказов на продукцию и поставок сырья для продукции. После анализа предметной области было выделено 7 сущностей: поставщик сырья, поставка, сырье, производство, продукция, заказ и клиент.

Отношения между этими сущностями могут быть определены следующим образом:

- Каждый клиент делает заказ.
- Заказ содержит один вид продукции или несколько.
- Поставщик сырья делает поставку.
- Поставка содержит один вид сырья или несколько.
- Один вид сырья или несколько поступают на производство.
- Продукция изготавливается на производстве.

Каждая сущность имеет свои атрибуты. Сущность Поставщики сырья имеет следующие атрибуты: номер поставщика, наименование поставщика, адрес, телефон. Сущность Клиенты: номер клиента, наименование клиента, адрес. Сущность заказ: номер заказа, дата заказа, номер клиента, количество, сумма. Сущность продукция: номер продукции, наименование, цена.



Сущность производство: номер производства, номер продукции, номер сырья, количество, номер танка. Сущность сырье: номер сырья, наименование, вид сырья, цена без НДС, цена с НДС, страна изготовителя. Сущность поставка: номер поставки, дата поставки, номер поставщика, количество, сумма поставки. В результате логическая схема базы данных частной пивоварни выглядит следующим образом. На основе данной логической схемы в дальнейшем должна быть разработана база данных.

Список литературы:

1.Виейера Р. «Программирование баз данных Microsoft SQL Server 2005. Базовый курс», 2007г.

2.Глушаков С.В., Ломотько Д.В. «Базы данных», издательство – АСТ,2002г.

3.Миндалёв И.В. Моделирование данных с помощью Data Modeler за 7 дней: Методические указания к выполнению лабораторных работ / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2011. – 84 с.

4.Маркин А.В. «Построение запросов и программирование на SQL», 2008г.

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС – ПРОЦЕССОВ В НОТАЦИИ **IDEF (0)**

Мацигина Т.В.

Научный руководитель: доцент к.с-х.н.,Шевцова Л. Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Системный подход к управлению, который направлен на улучшение деятельности организации, а также бизнес-процессов в ней называют управлением бизнес процессами. Данный подход предоставляет организации возможность определить процессы, организовать их своевременное выполнение, а также улучшить качество их исполнения.

Бизнес- процесс-система взаимосвязанных действий или задач, исполнение которых приводит к определенному результату. Каждый из процессов, протекающих в организации можно отнести кбизнес- процессам.

Основной целью управления бизнес-процессами принято считать соответствие целям организации. Все процессы должныстроиться таким образом, чтобы полученные итоги приводили к достижению бизнес- целей [1].

Существует три основных группы бизнес- процессов:

- Процессы управления -направлены на планирование, мониторинг, а также анализ проделанной работы.
- Производственные или основные процессы. Благодаряэтим процессампредприятие добиваетсяпоставленных перед ним задач. Производственные процессы оказывают помощь в преобразовании продукта или услуги, увеличивая тем самым ценность для конечного потребителя. Ктакого рода процессам можно отнести проектирование, изготовление, оказание услуг, монтаж и пр.
- Обеспечивающие процессы. Имеют особую ценность для качественного выполнения производственных процессов. Они не приносят добавленной ценности для конечного потребителя, однако без них невозможно достижение целей производственных процессов. К обеспечивающим процессам относят процессы закупок, управление персоналом, управление инфраструктурой и пр.
- Реинжиниринг бизнес-процессов знаменует решительную, быструю и основательную перестройку основ организации и управления непосредственно внутри фирмы.Переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения улучшения главных показателей результативности компании[2].

Вопросы управления бизнес-процессами остро встают в компании, когда на каком- либо этапе ее развития сбои во взаимодействии подразделений, менеджеров, сотрудников начинают носить систематический характер, ощутимо влияя на эффективность деятельности отдельно взятойкомпании. Сбои сопровождаются как потерей информации, дублированием функций, ненужными затратами, так и резким снижением качества продукции, вследствие чего и происходит потеряприверженностипокупателей. Выявить причины этих проблем без детального изучения деятельности компании невозможно. Основополагающими в управлении бизнес-процессами являются работы по их описанию, оптимизации и регламентации. Подобные проекты касаются интересовбольшого количества сотрудников, требования которых могут кардинально расходиться, все зависит от их роли в компании. Топ-менеджеры заинтересованы в повышении управляемости, гарантированности управленческих воздействий, прозрачности и т.д.Менеджерам среднего звена необходимо, в первую очередь, понимать границы своей компетенции и показатели, за которые они в ответе. Исполнители желают знать четкие правила своей работы. При воплощении того или иного проекта обязательно нужно считаться с интересами каждой из этих групп сотрудников. Часто, начиная работу над проектами, организациипринимают во внимание только верхние уровни

анализа и оптимизации, чем экономят время его претворения в жизнь, руководствуясь исключительно интересами высшего руководства. Необходимо понимать, что анализ верхних уровнейподходит только в целях бизнес-диагностики, а именнодля создания решений в целях продвижения и развития проектов, выявления наиболее проблемных областей, а также создание теоретического плана мероприятий относительно их. В целях улучшениякачества деятельности, необходимо принимать во внимание и уровни исполнителей, их действия.

Самым физически сложным этапом, который помимо затрат большого объема времени, а такжедо деталей продуманного подхода к анализу процессов, принято считать описание бизнес-процессов. В настоящее время есть возможность описывать процессы, при помощи разного рода методик и программ: MS Visio, BPWin, ARIS, MSEXCEL и других. Важно лишь, чтобы схемы, полученные в итоге, были ясны каждому и в полном объеме показывали суть описываемых процессов. В данном случае крайненеобходима квалификация руководителя проекта и внешних аналитиков, которые нуждаются в высоком уровнезнаний в области экономики и менеджмента. За спиной каждого из них должно быть весомое количество успешно реализованных проектов. В соответствии с методологией управления компанией на базе системы сбалансированных показателей основные внутренние бизнес-процессы разделяются на четыре блока:

• Операционный менеджмент
• Вклад в развитие общества
• Инновации
• Взаимоотношения с клиентами

В настоящее время по всему мирусуществует великое множество различных языков или методологий, помогающих в описании бизнес-процессов.

Современные методологии описания бизнес-процессов можно разделить на 2 классических схемы - DFD (Data Flow Diagrams- диаграммы потоков данных) и WFD (Water framework directive- построение диаграммы потоков работ) [3].

Наибольшее распространение получили языки описания бизнес-процессов:

• IDEF3(IntegratedDEFinitionforProcessDescriptionCaptureMethod- методология моделирования и стандарт документирования процессов, происходящих в системе);
• DFD в нотациях Гейна-Сарсона и Йордана-Де Марко;
• IDEF0 (BusinessProcessModeling- методология описания бизнес- процессов);
• ARIS (ArchitectureofIntegratedInformationSystems- методология и тиражируемый программный продукт для моделирования бизнес-процессов организаций).

В статье подробно рассматривается методология IDEF0.

Этот язык был введен американскими военными в целях благополучного тиражирования бизнес-процессов, протекающих на предприятиях аэрокосмической отрасли. Во время проектирования заводов было замечено, что из раза в раз нужно повторятьодно и тоже - создавать одинаковые подсистемы управления, на это уходил большой объем времени и ресурсов. Появилась необходимостьсоздать язык или чертеж, способствующий описанию типовых подсистем управления, а также способствующий использованию наработанных схем и чертежей во время строительства очередного завода [4].

В моделировании используется лишь 2 графических примитива, способствующих максимально быстрому пониманию действующих правил взаимодействий IDEF0 людьми, не знающими о существовании данных диаграмм.

На рисунке 1 показано подключение заказчика к происходящим процессам при помощи диаграмм IDEF0, осуществляемое более быстро благодаря использованию наглядного языка графики.

Примеры данной диаграммы представлены на рисунках 1,2.

В IDEF0 вход показывают объекты – информационные и материальные потоки, преобразующиеся в бизнес-процессе. Применяется 2 типа геометрических примитивов: прямоугольники и стрелки. Прямоугольники обозначают определённые процессы, функции, работы или задачи, которые ведут к указанному итогу. Взаимодействие процессов между собой и внешней средой обозначается при помощи стрелок. В IDEF0 существует 5 разных видов стрелок. Вход-материал или информация, которые станут итогом на выходе. Управление- нормативные, регламентирующие и управляющие данные, которыми руководствуется процесс во время своего исполнения. Выход-информация или материал, представляющие собой итогдействий, которые дают возможность «теоретически» осмотреть, что показывает IDEF0 диаграмма.

Четыре типа объектов, применяемых для описания входов и выходов в стандарте IDEF0, в английском варианте образуют сокращение ICOM(InputControlOutputMechanism) и на схеме IDEF0

находятся в строго отведенных местах относительно работ, которые называются функциональными блоками [2].

Стандарт IDEF0 широко распространен в России, по нему написано множество книг и разного рода информационно-методических материалов.

Существуют и программные продукты, помогающие в поддержке данного стандарта, овладеть которыми несложно. Например, Ramus, MSVisio, BPWin и другие.

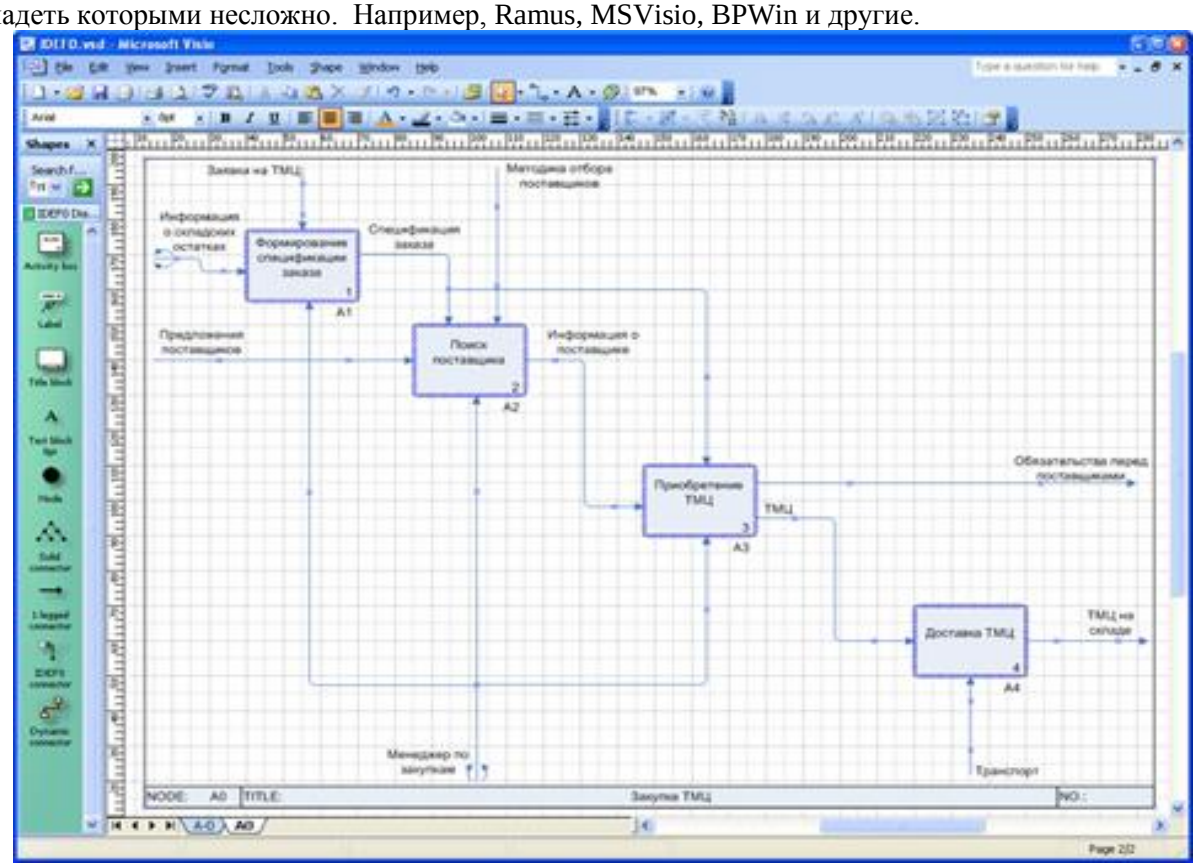


Рис. 1. Пример описания бизнес-процесса в нотации IDEF0 в MSVisio

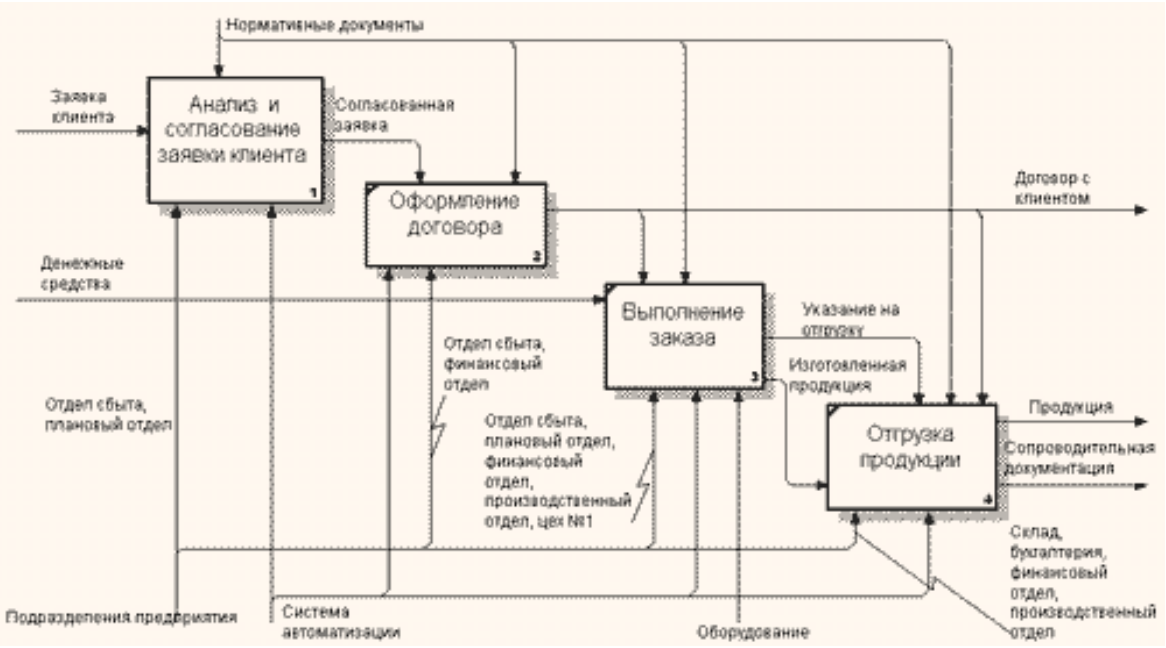


Рис. 2. Пример описания бизнес-процесса в нотации IDEF0 в RamusEducation

На практике видно, что стандарт IDEF0 целесообразно использовать в проектах по описанию и оптимизации локальных бизнес-процессов, в небольших проектах, в которых наибольшее участие принимают специалисты предметных областей, а руководителями высшего уровня используются для принятия минимального количества решений.

Список литературы:

1. http://en.wikipedia.org/wiki/Business_Process_Management
2. Андерсен Б. Бизнес-процессы: инструменты совершенствования / Б. Андерсен – М.: 2013.–142 с.
3. Клейнер Г.Б. От теории предприятия к теории стратегического управления. Российский журнал менеджмента №1, 2010.– 35 с.
4. Ковалев С. М. Журнал "Консультант директора" / С. М. Ковалев – М.: 2014.–52 с.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДОЛОГИИ ОПИСАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Непомнющая И.С.

Научный руководитель: к.с-х.н., доцент Шевцова Л. Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Современные методологии описания бизнес-процессов - это комплексприемов и способов, при помощи которых объекты реального мира (например, деятельность предприятия) и связи между ними, представляются в виде модели в настоящий момент.

Современные методики описания бизнес-процессов можно представить в виде 2-х классических схем:

- описание потоков данных DataFlowDiagramming (DFD);
- описание потоков работ WorkflowDiagramming (WFD).

Классический стандарт DFD и WFD содержат набор символов и обозначений, при помощи которых описывается бизнес-процесс. Эти обозначения называются языком или методологией описания процессов.

Методология описания бизнес-процессов **DFD** используется при описании модели высшего уровня для отображения последовательности работ, выполняемых по ходу процесса, а также потоков информации и материальных ресурсов, которые сопровождают эти работы (документооборот, обработка разных данных и материалов от одной работы к другой).

WFD используют при описании бизнес-процессов нижнего уровня, что переводится как диаграмма потоков работ. Помимо потоков работ, вводятся дополнительные объекты, которые описывают процесс: блоки принятия решения, события начала и окончания процесса, а также элементы, отображающие временные трудности при выполнении работ [1].

Классического стандарта достаточно, чтобы подробно описать практически все бизнес-процессы организации. Но в процессе дополнения этих схем, их видоизменений, образуются много других методологий. Каждая методика уникальна, имеет свое название и содержит свой язык.

Наибольшее распространение получили следующие методологии бизнес-процессов:

- **IDEF (**Icam DEFinition);
- **ARIS**(ArchitectureofIntegratedInformationSystems);
- **IDEF3(**Integrated DEFinition for Process Description Capture Method)**;**
- **RUP(**Rational Unified Process);
- **EPC(**Event-Driven Process Chain).

Методология IDEF

Методикапоявиласьв ходе проводимого в США проекта компьютеризации промышленности ICAM (IntegratedComputerAidedManufacturing), в рамкахкоторой выявилась потребность в разработке методов анализа процессов взаимодействия в производственных режимах. Отсюда и происходит название данного рода стандартов - IcamDEFinition – IDEF,который позволяет анализировать устройство, параметры, величину и характеристики производственно-технических и организационно-экономических систем в организациях.

Методология ARIS

Особым преимуществом методологии ARIS(акроним от англ. ArchitectureofIntegratedInformationSystems) является эргономичность и высокая степень визуализации бизнес-моделей, что делает ее удобной и комфортной в использовании. Данная методология имеет большое количество объектов, используемых при построении бизнес-процессов, что увеличивает их аналитичность. Отметим, в ARIS огромное

количество развитых механизмов структурированного графического представления для наглядного отображения схем, усиленные возможности по моделированию и формированию отчетов, подходящий например, при документировании бизнес-процессов, построение алгоритмов и т.д. Минусомметодологии является высокая стоимость приобретения, несмотря на егоэффективность [3].

Методология IDEF3

Данная методология предназначена для моделирования последовательности выполнения действий и взаимозависимости между ними в рамках процессов.В IDEF3 декомпозиция предназначена для детализации работ. Методика позволяет декомпозировать работу многократно, работа может иметь множество вытекающих работ. Что позволяет в одной модели описать альтернативные потоки.

Диаграммы IDEF3 воспроизводят действие в виде прямоугольника. Действия называются с использованием глаголов или отглагольных существительных, каждому из которых присваивается уникальный идентификационный номер. Все связи в IDEF3 являются однонаправленными и образовываются слева направо. Метод IDEF3 помогает за счет декомпозиций действий несколько раз предоставлятьдокументирование альтернативных потоков процесса в одной модели.

Методология RUP

Рациональный унифицированный процесс, в основе которогозакладывается итерационный подход к разработке программного обеспечения. Другими словами, проект расформировывается на более мелкие проекты с установленными целями, реализуемые поэтапно. Методика RUP отлично формализована, и наибольшее внимание уделяется начальным этапам разработки проекта — анализу и моделированию. Плюсом является, что эта методология направлена на снижение коммерческих рисков посредством обнаружения ошибок на ранних стадиях разработки. Технические риски тщательно оцениваются и «нумеруются» согласно приоритетам на ранних стадиях цикла разработки, а затем пересматриваются с течением времени и с развитием проекта в течение последующих итераций. В зависимости от приоритетов данных рисков, выявляются новые цели. Релизы вариантов распределяются таким образом, что наиболее опасные риски устраняются первыми. Для успешного процесса разработки необходимы три компонента: процесс, нотация и набор утилит. Процесс рассматривает, что мы делаем, в каком порядке и как мы делаем; нотация является средством общения; набор утилит позволяет автоматизировать процесс и управлять им[2].

НотацияEPC

Нотация EPC (Event-Driven Process Chain–с англ. событийная цепочка процессов) используется для описания бизнес-процессов нижнего уровня. Диаграмма процесса в нотации EPC, представляет собой упорядоченное сочетание функций и событий. Для каждой функции могут быть назначены начальные и конечные события, участники, исполнители, материальные и документальные потоки, сопровождающие её, а также проведеныразбиение на более низкие уровни.

Основные графические элементы диаграммы в нотации EPC:

- функции;
- события;
- организационные единицы, ответственные за исполнение функций;
- информационные или материальные объекты, которые используются при выполнении функций;
- коннекторы (оператор «И» -

,«ИЛИ» -

, исключающее «ИЛИ» -

).

Нотация EPC позволяет удобно и наглядно описать нелинейное выполнение бизнес-процесса. С помощью операторов можно обозначить некоторые функции процесса, выполняемые параллельно, а некоторые только при наступлении определенных условий.

Пример нотации EPC приведен на Рисунке 1.

Такой набор графических элементов позволяет использовать EPC для описания операционного уровня модели. Так как на данном уровне важно отражать не только входы и выходы процессов, но и более точно указывать последовательность их выполнения.

Плюсы нотации EPC: Позволяет очень детально и точно описать выполнение бизнес-процесса, показать на диаграмме в графическом виде всех исполнителей, все используемые объекты и связи.Минусы EPC**:** Обладает очень разнообразным набором графических элементов, что может быть затруднительным для понимания. Для разработки процессов и их чтения в данной нотации потребуется предварительная подготовка работников[4].

В заключении, можно сделать вывод, что существуют несколько основных методик описания бизнес-процессов. С одной стороны они все схожи между собой, с другой каждый метод обладает своей уникальностью, имеют свои особенности во взгляде, как на сам процесс, так и на его окружение. Поэтому, очень важно выбрать правильный метод для точного решения задач конкретного проекта - что и станет одним из основополагающих факторов его успеха.

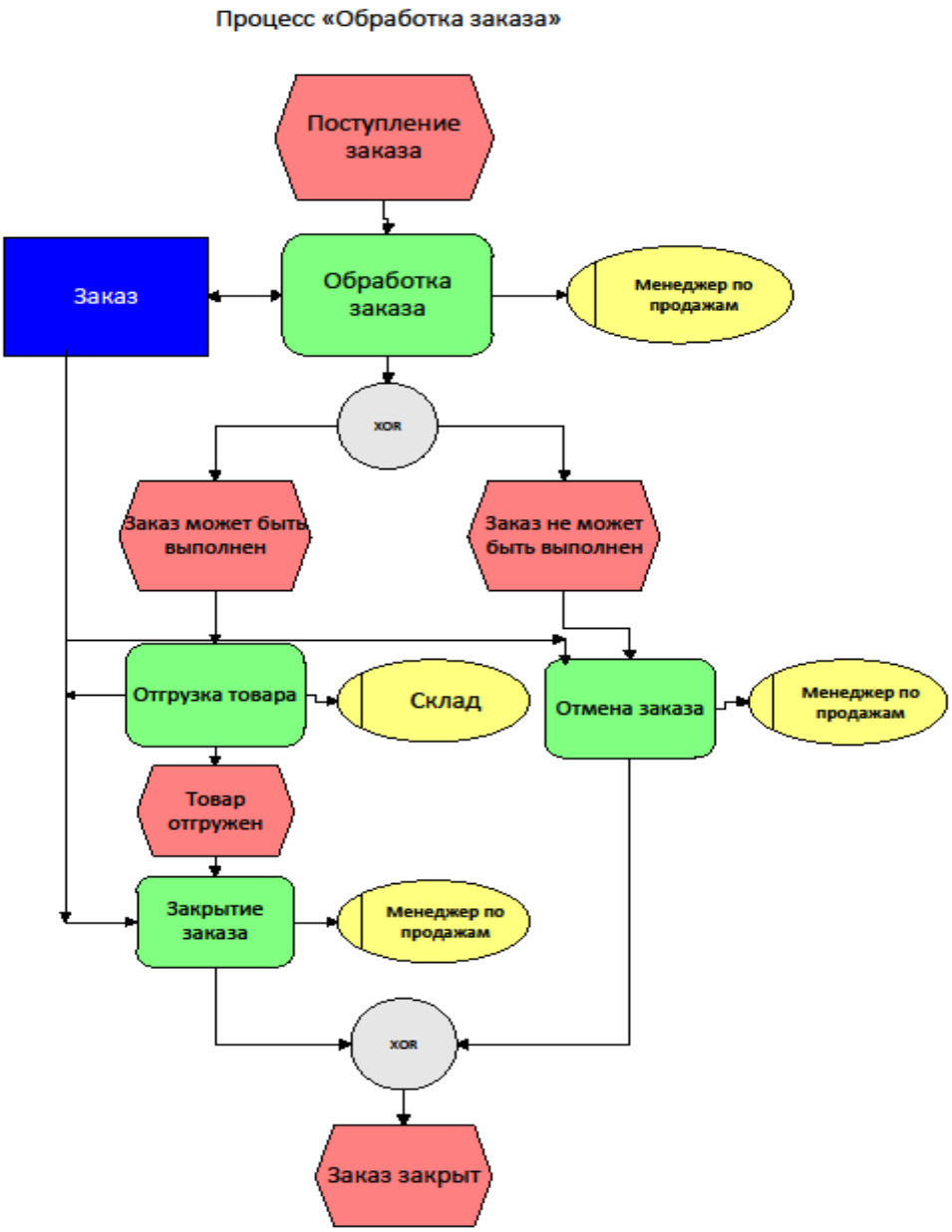


Рис 1. Диаграмма процесса "Обработка заказа", изображенная с помощью нотации EPC

Список литературы:

1. Гордеев М., Борисов А., Коршак М. Оптимизация бизнес-процессов. Учебное пособие. - М.: 2010. – 63 с.
2. Ковалев С. М. Журнал "Консультант директора" / С. М. Ковалев – М: 2014.– 42 с.
3. Лопатин В.Б. Система управления бизнес-процессами. Аналитический журнал «Управление в кредитной организации» Номер 8 /2008.– 35 с.
4. Рыбаков М. В. Оптимизируем бизнес-процессы в своей компании. / Рыбаков М. В. – М: 2012. – 56 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Коробкова К.Р.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Антамошкин О.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Агропромышленный комплекс края (далее - АПК) и его базовая отрасль - сельское хозяйство являются ведущей системообразующей сферой экономики Красноярского края, формирующей агропродовольственный рынок, экономическую и продовольственную безопасность региона, поселенческий и трудовой потенциал сельскохозяйственных территорий.

Оценивая текущее экономическое состояние АПК, нужно отметить, что, по данным органов гос.статистики, сельскохозяйственную продукцию на сегодняшний день производят 538 агропромышленных предприятий, 683 фермерских хозяйства и 277,7 тыс. личных подсобных хозяйств, более 850 организаций заняты производством продуктов питания. Численность работников агропромышленного хозяйства составляет 32,5 тыс. человек. Прибыль до налогообложения, полученная сельскохозяйственными товаропроизводителями Красноярского края в 2012 году, составила 3715,9 млрд рублей, из которых 3260,8 млрд рублей за счет средств гос. поддержки. Это обеспечило рентабельность отрасли субсидиями на уровне 16%, без субсидий - 2%. [1]

Результаты финансово-производственной деятельности сельскохозяйственных субъектов указывают на то, что темпы развития агропромышленного комплекса края сдерживаются проблемами системного характера:

1. Низкие темпы структурно-технологической модернизации отрасли, обновления основных производственных фондов и воспроизводства природного потенциала.
2. Ограниченным доступом сельскохозяйственных товаропроизводителей к рынку в условиях несовершенства его инфраструктуры, возрастающей монополизации торговых сетей, ислабо развитой кооперации в сфере производства и реализации продукции агропромышленного комплекса.
3. Медленными темпами социального развития агропромышленных территорий, сокращением занятости сельских жителей при слабом развитии других видов деятельности, низкой общественной оценкой сельскохозяйственного труда, недостаточным ресурсным обеспечением финансирования.

Необходимыми условиями эффективного и устойчивого развития агропромышленного комплекса являются - инвестиции.

Инвестиции – это долгосрочное вложение денежных средств в отрасли экономики с целью получения дохода. Оно представляет собой расходы на создание, расширение, реконструкцию основных средств, а также связанные с этим изменения оборотных фондов. [2]

У экономической категории «инвестиции» есть характерные черты: они обуславливают экономическое развитие отраслей и предприятий; предполагают расходование ресурсов с целью получение эффекта; возможный эффект от вложения инвестиций носит рискованный характер; междуполучением эффекта и расходованием существует определенный, чаще всегодлинный временной период.

Важнейшими целями государственной инвестиционной программы агропромышленного комплекса Красноярского края являются:

1. Повышение конкурентоспособности продукции сельского хозяйства, перерабатывающей и пищевой промышленности, производимой вкрае, и обеспечение продовольственной безопасности региона.
2. Развитиеагропромышленных территорий, рост занятости и уровня жизни сельского населения.

Для достижения данных целей нужно решить основные задачи:

- ✓ повышение конкурентоспособности продукции растениеводства и обеспечение роста сельскохозяйственного производства;
- ✓ повышение и развитие и эффективности производства животноводческой продукции и ее переработки;
- ✓ создание экономических и технологических условий, способствующих развитию отрасли специализированного мясного скотоводства и увеличению объема производства и реализации мяса КРС;
- ✓ повышение эффективности и конкурентоспособности продукции агропромышленного хозяйства и перерабатывающей промышленности Красноярского края за счет технической и технологической модернизации производства;

✓ поддержка и дальнейшее развитие малых форм хозяйствования на селе и повышение финансовых доходов сельских жителей;

✓ создание организационно-экономических условий для формирования кадрового потенциала агропромышленного комплекса Красноярского края, способного обеспечить его эффективное функционирование в современных условиях;

✓ создание комфортных условий для жизни в сельской местности с целью укрепления кадрового потенциала сельских территорий и активизации инвестиционной деятельности в агропромышленном комплексе;

✓ создание условий для эффективного, прозрачного управления финансовыми ресурсами в рамках выполнения установленных полномочий, повышение эффективности бюджетных расходов. Инвестиции являются фактором экономического роста. Их важность нельзя недооценивать, так как объемы валового производства продукции сельского хозяйства тесно «коррелируют» с объемами вкладываемых и привлеченных инвестиций (рис. 1.1).

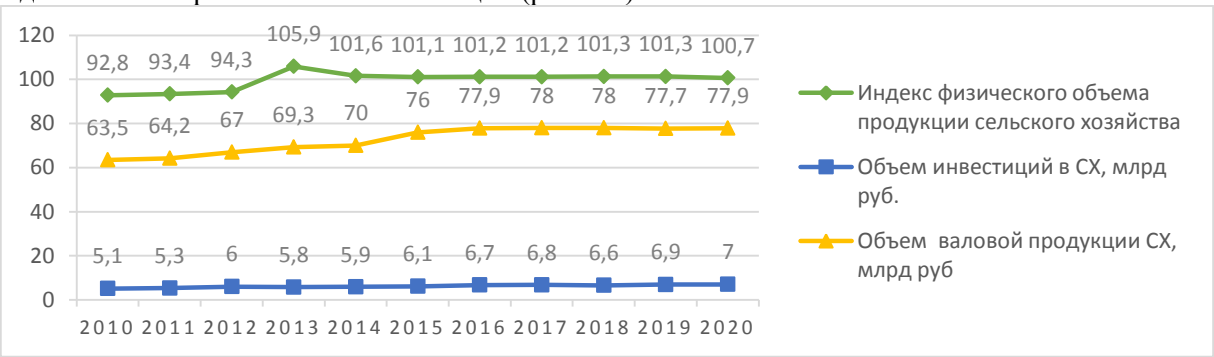


Рисунок 1.1 – Динамика изменения основных показателей объемов инвестиций в сельское хозяйство и производство продукции сельского хозяйства в Красноярском крае

Социально-экономическая эффективность от инвестиций в сельское хозяйство выражается в создании условий для эффективного использования земель сельскохозяйственного назначения, повышении конкурентоспособности продукции растениеводства, ее переработки, а также развитии инфраструктуры и логистического обеспечения рынков продукции растениеводства. Исходя из этого заметны такие достижения как:

- ускорение обновлений технической базы АПК
- применение инновационных технологий сельском хозяйстве, с целью сохранения природного потенциала
- увеличение уровня интенсификации производства
- мотивация труда работников
- увеличение объемов производства продукции
- увеличение качественных показателей
- рост основных экономических показателей

Динамика агропромышленного комплекса развития до 2020 года будет формироваться под воздействием разных факторов. С одной стороны, скажутся меры, принятые в последние годы по повышению устойчивости агропромышленного производства, с другой стороны, сохранится сложная экономическая обстановка в связи с вступлением России во Всемирную торговую организацию, что усиливает вероятность реализации рисков для устойчивого и динамичного развития агропромышленного сектора экономики.

Используя данные о инвестициях в сельское хозяйство Красноярского края за 2010 – 2016 гг., была построена модель прогнозирования физического объема инвестиций до 2020 года на основе тренда. Величина достоверности аппроксимации равна 0,822.

Индекс физического объема инвестиций в основной капитал является одним из базовых показателей развития сельского хозяйства. [3]

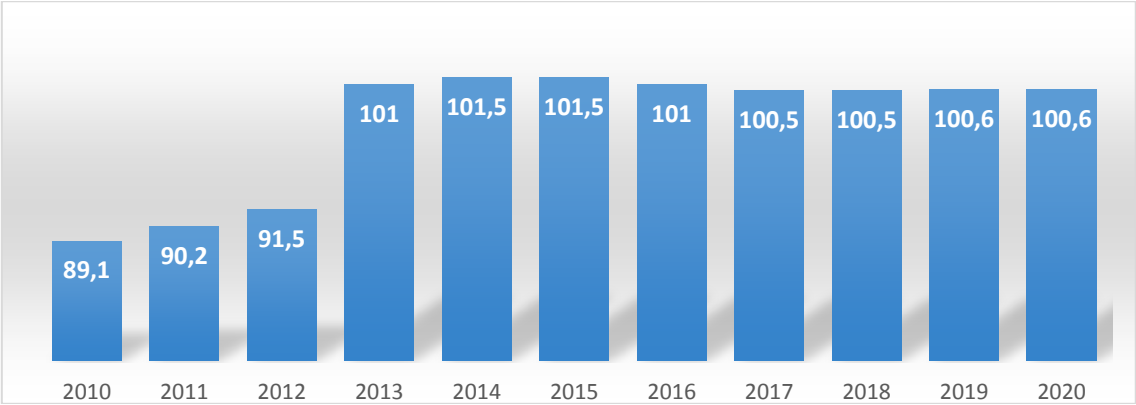


Рисунок 1.2 – Прогноз динамики изменений индекса физического объема инвестиций в основной капитал в СХ.

Прогноз реализации инвестиционной государственной программы основывается на достижении целей ее основных показателей.Создание хорошего имиджа АПК Красноярского края не может быть осуществимо без разработки точной, последовательной государственной экономической политики и политики в области стимулирования инвестиционной деятельности. Четкое следование этой политике является лучшей рекламой агропромышленного комплекса региона в среде потенциальных инвесторов.

Список литературы:

1. Инвестиционный Паспорт агропромышленного комплекса Красноярского края [http://krasagro.ru/system/documents/attachments]
2. Википедия. Инвестиции [https://ru.wikipedia.org/wiki/Инвестиции]
3. Трухачев В. И. Аграрная экономика Ставропольского края: проблемы функционирования и перспективы развития / В.И. Трухачев - М:2014 г. - 49стр.

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Шваргонова А.В.
Научный руководитель: к.т.н., доцент Антамошкин О.А
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Еще Платон и Конфуций утверждали, что семь ступеней на пути к идеальному миру, семь великих дорог для ищущих истину — это информированность, могущество, естественность, простота, уверенность, спокойствие и богатство. И самая первая ступень – информированность.

Статистика предоставляет информацию на основе фактов, что позволяет выявить закономерности на рынке, оценить его структуру и тенденции развития. Выделить и измерить факторы, влияющие на результат предприятия, а такжеопределитьнаправления развития фирмы. [1]

Не учитывая информации о рисках и перспективах их изменения, ситуации на рынке и внутри предприятия менеджер рискует обанкротить фирму. Поэтому использование статистики для управления предприятие является решением ряда проблем:

- Отслеживание положительных и отрицательных тенденций в работе;
- Оценка операций по критериям ее успешности;
- Выработка стратегии развития предприятия;
- Определение критериев стимулирования сотрудников;
- Выявление слабых сторон предприятия, нуждающихся в корректировке. [2]

Для эффективной работы управляющих в наше время разработано множествопрограмм, которые быстро формируют статистические отчеты о деятельности предприятия. С помощью них можно оценить работу сотрудников, работу предприятия, просмотреть денежные потоки, выявитьсильные и слабые направления в работе фирмы. [3]

Рассмотрим задачу управления предприятием с использованием статистических информационных технологий на примере студии «FashionBox», занимающейся предоставлением фотоуслуг. Основной доход студии поступает от пригласительных на фотосессию, которые раздаются магазинами-партнерами. Главная особенность пригласительных – это возможность бесплатной фотосессии, результаты которой, при желании клиент может выкупить.

Ведение статистики по выкупам/не выкупам съемок от партнеров позволит выявить:

- Выгодных партнеров;
- Необходимое количество пригласительных на месяц, тем самым сократить расходы на полиграфию;
- Эффективность проводимых акций;
- Увеличение спроса на конкретные виды услуг;
- Оптимальный рабочий графика сотрудников.

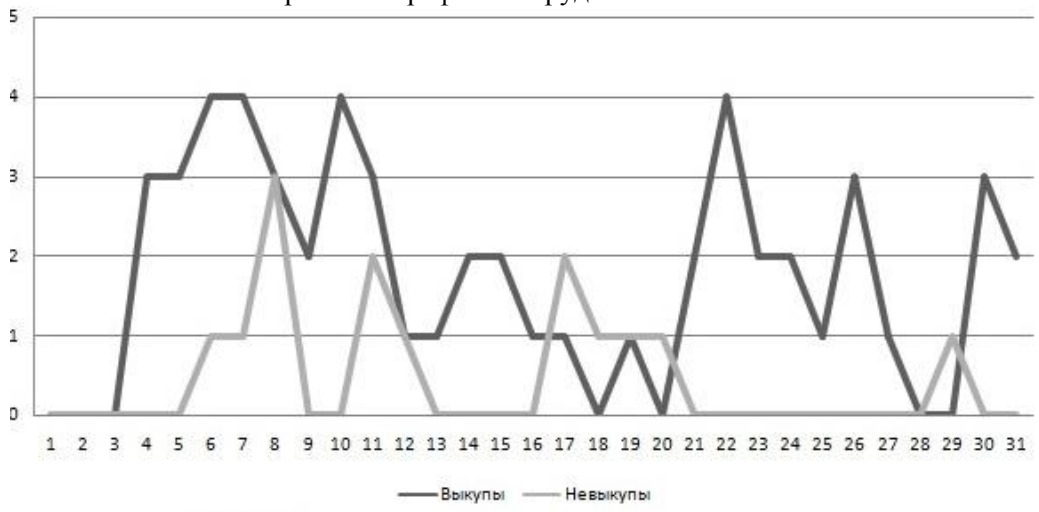


Рисунок 1. Статистика по магазину «Эльсити» за январь

Для ведения учета студия используетплатформу 1С. Вбазе данных этой информационной системы храниться информация об акциях, по которой пришел клиент, и статусе сделки. На базе существующей системы разрабатывается модуль, выводящий на экран все данные по съемкам студии от магазинов-партнеров, что позволит на основе реальных данных составить план действий на ближайшее будущее и сократить расходы студии. Разработка представит данные по выбранному магазину за указанный промежуток времени графически, как на рисунке 1, или в виде таблиц.

Доступ к статистике имеет:

- Управляющий филиала;
- Директора.

На примере магазина «Befree» оценим пользу от использования модуля со статистическими отчетами.

Наименование работы	Стоимость, рублей
Работа фотографа	300 р/час
Работа визажиста	300 р/час
Дизайн-бюро	600
Полиграфия	50 р/шт
Доставка почтой	162.84

Таблица 1. Расходы на производство пригласительного

Фотосессия для пригласительного длится от 2 до 3 часов, количество напечатанных пригласительных от 1000 до 1500 экземпляров.

Затраты на печать пригласительных для магазина «Befree» на январь месяц 2016 года: фотосессия проходила в течение 2 часов, количество пригласительных составило 1500 экземпляров для 4 отделов магазина.

Итого:76962.84 рубля.

По статистике за январь месяц от данного магазина пришло 26 покупателей, 4 из них невыкупили свою фотосессию, что составило 15, 38% невыкупов. В каждый отдел магазина было завезено по 200 пригласительных, из которых раздали 60%.

В этом случае из 800 пригласительных раздали 480. Прибыль от пригласительных составила 26730 рублей. А потери на печать 35000. При этом в магазине осталось 320 пригласительных, которые возможно раздать в феврале.

Данное исследование позволит сделать вывод, что полиграфию для магазина «Befree» можно сократить на 40%, это сэкономит 30000 рублей.

При использовании отчетов можно выявить популярные акции. Просмотрев данные за январь 2016 года, видно, что клиентам интересна семейная фотосессия. Показатели магазина «Эльсити» за январь 2016 года, по количеству пришедших клиентов, выше всех.При этом процент невыкупов фотосессий не превышает 20.29%.

Магазин	Эльсити	Befree	UnZo	Гаваи	Роз. пантера	Кира Пластинина	Летуаль	Diva	Сертификат
Кол-во съемок	69	26	8	3	16	2	3	3	27
% невыкупов	20.29	15.38	0	100	25	0	33.33	0	0

Таблица 2. Статистика невыкупов по магазинам партнеров

На примере таблицы 2 видно, что сотрудничество с сетью салонов «Гаваи» не выгодно. Причин низких показателей продаж может быть несколько:

- незаинтересованность клиентов салона «Гаваи» в предлагаемых фотостудией услугах;
- плохая работа администратора салона «Гаваи»;
- плохая работа администраторов фотостудии;
- низкое посещение людьми салона «Гаваи».

На основе статистики звонков клиентов от салона «Гаваи» (таблица 2), можно сделать вывод, что в салоне редко выдают пригласительные на фотосессии. Либо клиенты не заинтересованы в получении услуг фотостудии «Fashion box», так как сеть студий загара «Гаваи» является популярной и их услуги востребованы в зимнее время, особенно перед праздниками, а значит в студии «Гаваи» нет дефицита клиентов. [4]

Магазин	Кол-во звонков	Кол-во записей
Гаваи	19	11

Таблица 3. Статистика звонков по сети салонов «Гаваи»

В заключении стоит отметить, что данный модуль будет актуален и для прочих фотостудии, а также других предприятий, занимающихся продажей услуг или скоропортящейся продукции. К примеру, применение данного модуля возможно для прогноза сотрудничества с продуктовыми магазинами при поставке скоропортящейся продукции (молоко, мясо, выпечка и другие). Используя статистические отчеты можно сократить риски, связанные с истечением срока годности продукции, ограничив поставки в магазины с меньшими продажами и увеличив поставки в магазины с большей рентабельностью.

Список литературы:

1 Обзацова О.И. «Статистика предприятия и бизнес-статистика»
2 Эндрю Сигел «Практическая бизнес статистика»
3 Википедия. Статистика
4 Технико-экономическое обоснование проекта

ИС БАЗА ДАННЫХ

Емельянов А.С.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Титовская Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

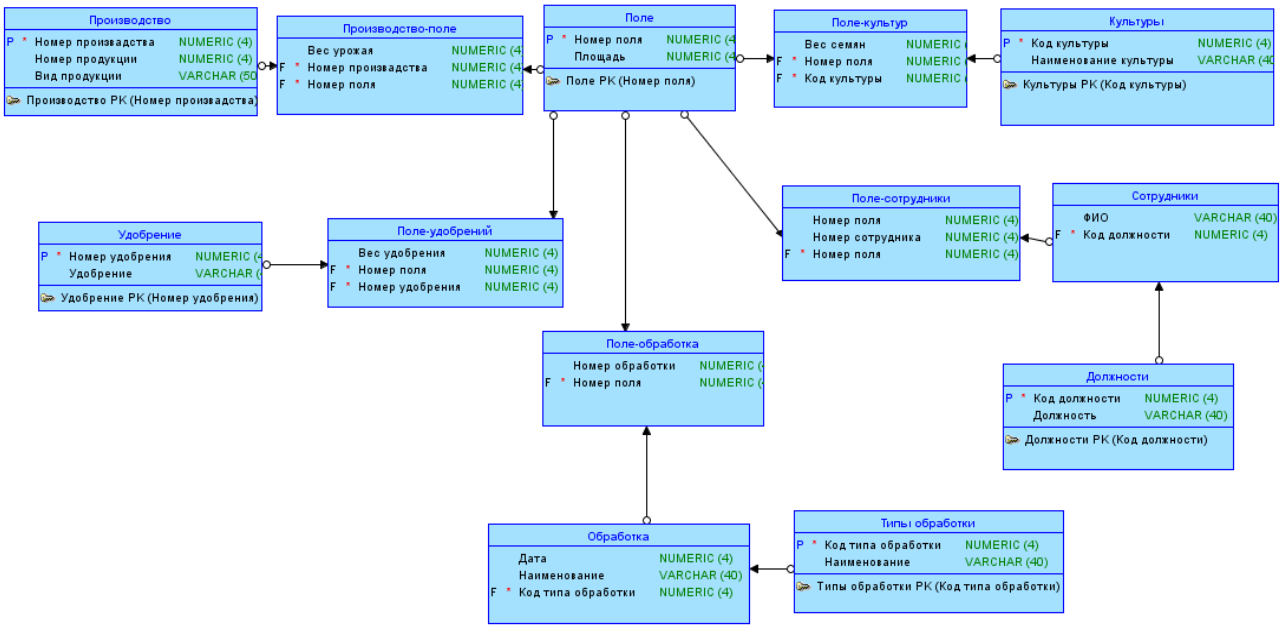
В нынешнее время трудно представить организацию, компанию или фирму, в которой не нужна обработка информации. Одним из средств обработки информации является база данных. Базы данных предназначены для хранения, сортировки и поиска информации, поэтому о создание собственной базы данных задумывается каждое предприятие.

Существует огромное количество разновидностей баз данных, отличающихся по различным критериям. Например, в «Энциклопедии технологий баз данных», по материалам которой написан данный раздел, определяются свыше 50 видов баз данных.

База данных представляет собой информационную систему определенной предметной области. Под предметной областью понимают фрагмент реального мира, информация о которой представляет интерес будущим пользователям базы данных. В результате анализа предметной области должны быть выделены сущности, которые будут представлены в базе данных, атрибуты этих сущностей, а также связь между сущностями.

Под сущностью понимают конкретный объект, имеющее четкое функциональное назначение и информацию о котором нужно хранить в базе данных. Сущностями могут быть представлены рейсы, места, самолеты, люди и т.д. Атрибуты выступают в качестве информации о объекте. Например: зарплата сотрудника или адрес заказчика. Связь - это ассоциирование двух или более сущностей. Важной характеристикой связи между сущностями является степень связи. Различают связи типов: один к одному, один ко многим, многие ко многим.

Разрабатываемая база данных будет для СПК "Солонцы" - производитель сельхозпродукции. СПК "Солонцы" была открыта более 15 лет назад. На момент открытия СПК "Солонцы" занималась реализацией молочной и хлебобулочной продукцией . На настоящий момент СПК "Солонцы" занимаются тем же видом сырья, выросло количество поставляемого сырья, выросло количество заказчиков продукции, что вызвало необходимость создания базы данных для учета выпускаемой продукций, заказов на продукцию и поставок сырья для продукции. После анализа предметной области было выделено 6 сущностей: производство, поле, культура, удобрение, обработка и сотрудники. Каждая сущность имеет свои атрибуты. Сущность производство: номер производства, номер продукции, вид продукции. Сущность поле: номер поля, площадь. Сущность культура: номер культуры, код культуры. Сущность удобрение: номер удобрения, удобрение. Сущность обработка: дата, наименование, код типа обработки. Сущность сотрудники: ФИО, код должности. Схема базы данных СПК "Солонцы"выглядит следующим образом.



Список литературы:

1.Виейера Р. «Программирование баз данных Microsoft SQL Server 2005. Базовый курс», 2007г.

2.Глушаков С.В., Ломотько Д.В. «Базы данных», издательство – АСТ,2002г.

3.Миндалёв И.В. Моделирование данных с помощью Data Modeler за 7 дней: Методические указания к выполнению лабораторных работ / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2011. – 84 с.

4.Маркин А.В. «Построение запросов и программирование на SQL», 2008г.

СОЗДАНИЕ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНА РАБОТ В MSPROJECT ПРИ РАЗРАБОТКЕ WEB-ПРИЛОЖЕНИЯ

Агарков Д.В, Барахтаева А.И.

Научный руководитель: к.с-х.н., доцент Шевцова Л.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

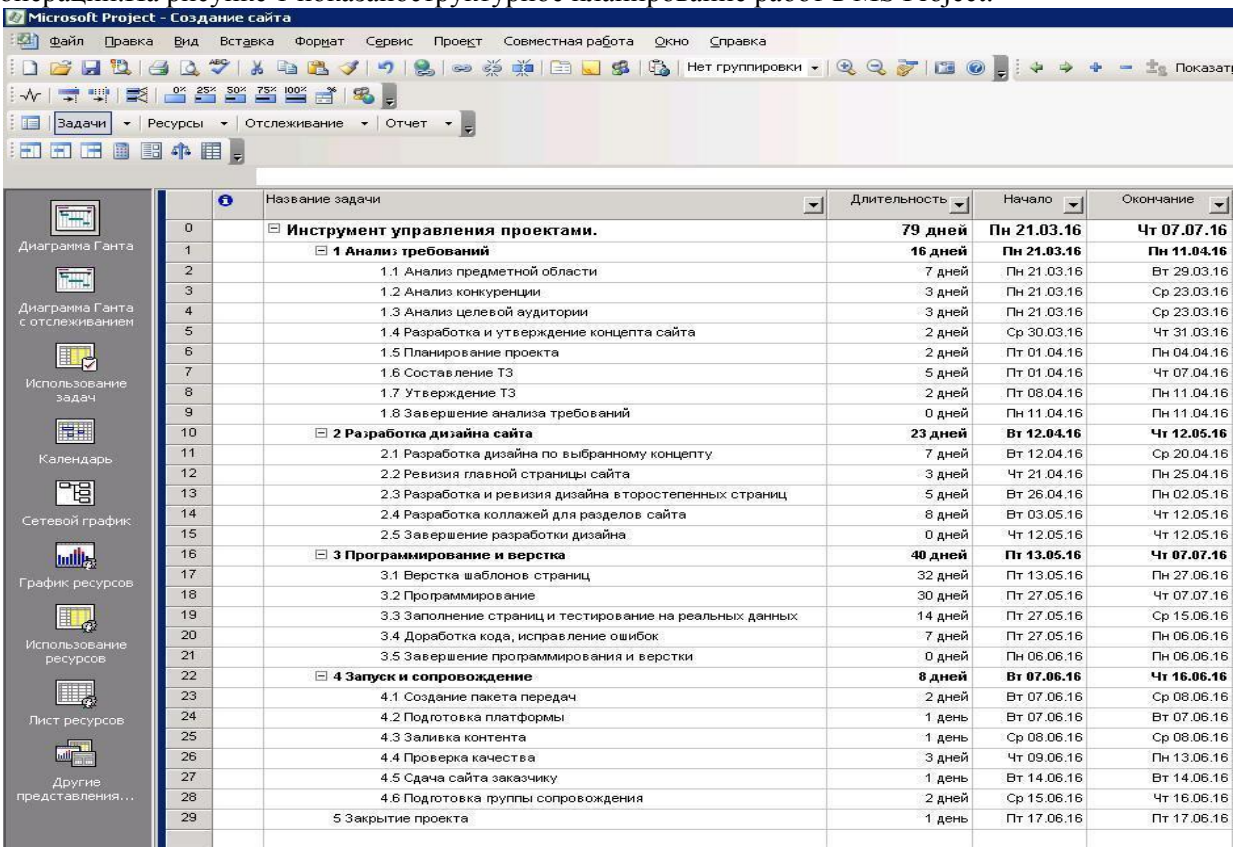
Для представления плана работ, его коррекции и отслеживания этапов сдачи работ, согласования сроков с заказчиком важен выбор программного обеспечения. Удобным инструментом планирования работ по созданию сайта могут быть программы по управлению проектами, например MSProject или бесплатная версия ProjectLibre. В статье так же рассматриваются вопросы бесплатного хостинга, выбор конкретного хостинга для будущего сайта заказчика.

Данная статья посвященапроектированиюэтапов работ по созданиюweb-приложения для заказчика. Сначала с заказчиком обсуждается перечень работ, содержание главных этапов работ и

последовательность их выполнения. Вместе с заказчиком утверждаются: план проекта, сроки выполнения работ, содержание страниц сайта, оговаривается и утверждается дизайн.

Все вышеперечисленные этапы планирования сайта можно разработать в программе MSProject,которая позволяет создать наглядный календарь работ в диаграмме Ганта. В MSProject этот этап называется структурное планирование (выполняется декомпозиция работ), и далее, после связыванияработ,выполняется календарное планирование.

В рамках этапа структурного планирования производится разбиение проекта на отдельные операции.На рисунке 1 показаноструктурное планирование работ в MS Project:



	Название задачи	Длительность	Начало	Окончание
0	**Инструмент управления проектами.**	**79 дней**	**Пн 21.03.16**	**Чт 07.07.16**
1	**1 Анализ требований**	**16 дней**	**Пн 21.03.16**	**Пн 11.04.16**
2	1.1 Анализ предметной области	7 дней	Пн 21.03.16	Вт 29.03.16
3	1.2 Анализ конкуренции	3 дней	Пн 21.03.16	Ср 23.03.16
4	1.3 Анализ целевой аудитории	3 дней	Пн 21.03.16	Ср 23.03.16
5	1.4 Разработка и утверждение концепта сайта	2 дней	Ср 30.03.16	Чт 31.03.16
6	1.5 Планирование проекта	2 дней	Пт 01.04.16	Пн 04.04.16
7	1.6 Составление ТЗ	5 дней	Пт 01.04.16	Чт 07.04.16
8	1.7 Утверждение ТЗ	2 дней	Пт 08.04.16	Пн 11.04.16
9	1.8 Завершение анализа требований	0 дней	Пн 11.04.16	Пн 11.04.16
10	**2 Разработка дизайна сайта**	**23 дней**	**Вт 12.04.16**	**Чт 12.05.16**
11	2.1 Разработка дизайна по выбранному концепту	7 дней	Вт 12.04.16	Ср 20.04.16
12	2.2 Ревизия главной страницы сайта	3 дней	Чт 21.04.16	Пн 25.04.16
13	2.3 Разработка и ревизия дизайна второстепенных страниц	5 дней	Вт 26.04.16	Пн 02.05.16
14	2.4 Разработка коллажей для разделов сайта	8 дней	Вт 03.05.16	Чт 12.05.16
15	2.5 Завершение разработки дизайна	0 дней	Чт 12.05.16	Чт 12.05.16
16	**3 Программирование и верстка**	**40 дней**	**Пт 13.05.16**	**Чт 07.07.16**
17	3.1 Верстка шаблонов страниц	32 дней	Пт 13.05.16	Пн 27.06.16
18	3.2 Программирование	30 дней	Пт 27.05.16	Чт 07.07.16
19	3.3 Заполнение страниц и тестирование на реальных данных	14 дней	Пт 27.05.16	Ср 15.06.16
20	3.4 Доработка кода, исправление ошибок	7 дней	Пт 27.05.16	Пн 06.06.16
21	3.5 Завершение программирования и верстки	0 дней	Пн 06.06.16	Пн 06.06.16
22	**4 Запуск и сопровождение**	**8 дней**	**Вт 07.06.16**	**Чт 16.06.16**
23	4.1 Создание пакета передач	2 дней	Вт 07.06.16	Ср 08.06.16
24	4.2 Подготовка платформы	1 день	Вт 07.06.16	Вт 07.06.16
25	4.3 Заливка контента	1 день	Ср 08.06.16	Ср 08.06.16
26	4.4 Проверка качества	3 дней	Чт 09.06.16	Пн 13.06.16
27	4.5 Сдача сайта заказчику	1 день	Вт 14.06.16	Вт 14.06.16
28	4.6 Подготовка группы сопровождения	2 дней	Ср 15.06.16	Чт 16.06.16
29	5 Закрытие проекта	1 день	Пт 17.06.16	Пт 17.06.16

Рис. 1. Структура работ в MSProject

На рисунке 2 показан календарный график выполнения работ по созданию сайта, определяющий начало и окончание каждой операции. Календарный график и структура работ определяют срок завершения проекта в целом.

В MS Project можно в каждую работу назначить ресурсы и все это наглядно отображается на диаграмме Ганта (рис.2). Составленный вMSProjectпроект работ создания web-приложенияможно рассматривать как техническое задание. В дальнейшем готовоеweb-приложение планируется опубликовать в сети Интернет. Услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети Интернет, называется хостингом. Существуют различные виды хостингов: бесплатный хостинг, видео хостинг, хостинг изображений и виртуальный хостинг.

Заказчиком было решено взять на начальном этапе малобюджетный хостинг. В выборе хостинга мы ориентировались, прежде всего,на цены по просьбе заказчика. После проведенного анализа вариантов хостинга в сети Интернет, были выбраны два хостинга:Sweb и Flexbe.После сравнения этих двух хостингов, мы остановились на Flexbe.

Flexbe- это конструктор сайтов,помогающийсоздать сайты-визитки различным компаниям.Так жеFlexbiпредоставляет лендинг страницы (посадочные) - это веб-страница как одностраничный сайт.Это работает через:контекстную рекламу, социальные сети, рассылки на почту, баннерную рекламу, после появления однострочного сайта (лендинг)можнооформить заказ. Страница обычно содержит краткую информацию о товаре и услуге. Главной задачей является превращение посетителя в покупателя или клиента компании и побуждению к целевому действию. Переход на целевые страницы обычно осуществляется из социальных медиаи рекламных компаний в поисковых системах.

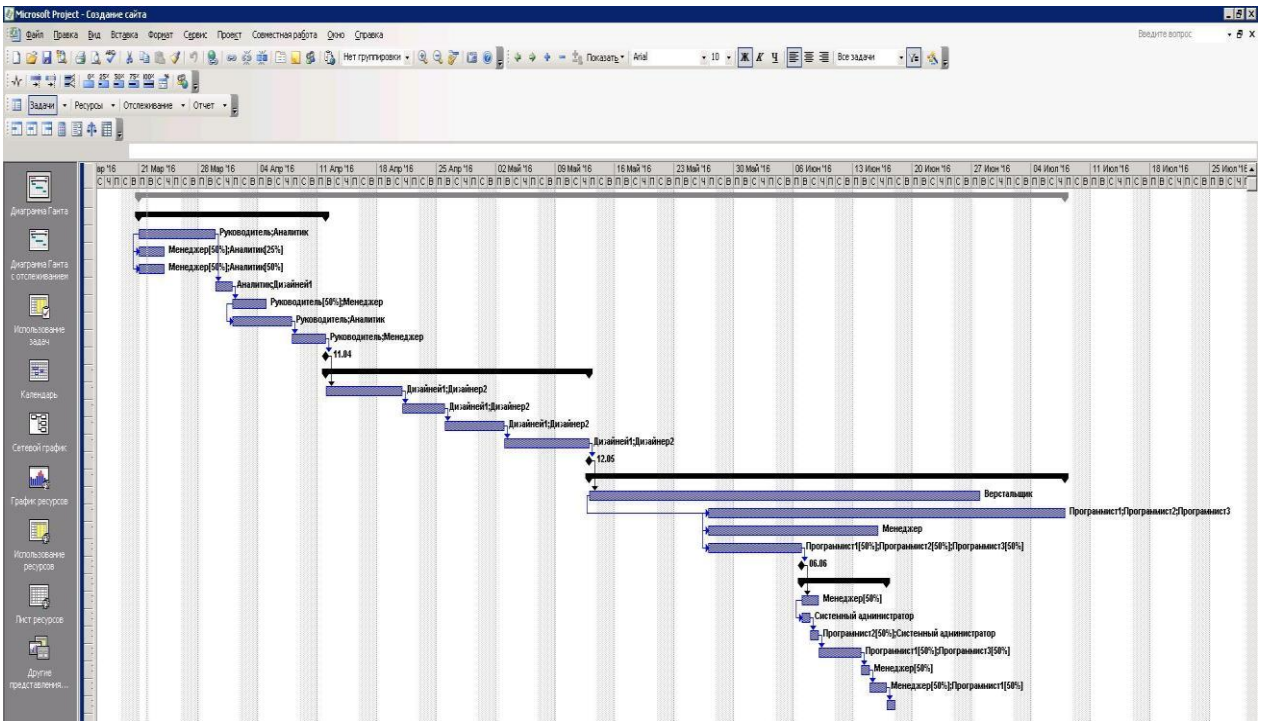


Рис. 2. Календарный график выполнения работ в MSProject

У конструктора Flexbe существует ряд преимуществ:

- во-первых: это удобный конструктор по созданию сайта, есть все необходимое для работы сайта: редактор + адрес вида site.rui, конечно же, размещение в интернет;
- во-вторых: в этом конструкторе существуют простые шаблоны сайтов по умолчанию.

Дополнительные возможности: мобильная версия, форма заявки, видео музыка, собственная почта, галерея слайдер, просматриваемая статистика сайта. Предоставляется домен в подарок, файлы и карты. Есть пробный бесплатный период в 14 дней.

Таким образом, в статье показана возможность планирования работ по созданию сайта в MSProject, отмечена наглядность, удобность такого планирования в этой программе, возможность коррекции плана, а главное возможности расчета бюджета каждого этапа работ. Рассмотрен вариант малобюджетного хостингаFlexbe,удобного для начальной работы сайта, дальнейшего развития сайта и привлечения клиентов.

Список литературы:

1. Гончаренко С. Управление проектами // Управление качеством. - 2011. - N 8. - С. 44-46.
2. Ивасенко А. Г. Управление проектами : учебное пособие для студентов. – Ростов н/Д. : Феникс , 2009. - 330 с.

ОПТИМАЛЬНАЯ ЗАГРУЗКА ТРАНСПОРТА

Ударцева Л. А.
Научный руководитель: доцент Ерыгина Л.В.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Оптимальная загрузка транспортного средства – важная задача логистики, эффективное решение которой позволяет не только уменьшить затраты на перевозку, но и сократить время погрузо-разгрузочных работ. Рассмотрим конкретную задачу целочисленного линейного программирования, которая успешно может быть решена методом динамического программирования. Изложение задачи с использованием определенных числовых данных не нарушает общности подхода, давая вместе с тем возможность на конкретном материале полнее ощутить особенности изложенного метода.

Представим, что в самолет требуется загрузить 4 вида предметов(предметы будем считать неделимыми), чтобы сумма эффективностей этих предметов(например, стоимость) была максимальной.Грузоподъёмность самолета равна W. Пусть P_1, P_2, P_3, P_4 – масса соответствующей единицы различных предметов V_1, V_2,V_3,V_4 – соответствующая эффективность каждого предмета, x_1, x_2, x_3, x_4 –число предметов различных видов, взятых на борт самолета (управляющие переменные).

Целевая функция математической модели задачи может быть записана в виде

$$\sum_{i=1}^{4} x_i V_i = x_1 V_1 + x_2 V_2 + x_3 V_3 + x_4 V_4 \to max \quad (1)$$

Ограничение по допустимой загрузке самолета имеет вид

$$\sum_{i=1}^{4} x_i P_i = x_1 P_1 + x_2 P_2 + x_3 P_3 + x_4 P_4 \le W \quad (2)$$

Математическую модель вида(1) – (2) часто называют «задачей о рюкзаке» из-за следующей гипотетической ситуации. Турист, собираясь в поход, должен решить, какие предметы взять с собой. Каждый предмет имеет свою массу и свою ценность. Требуется, чтобы общая масса рюкзака с выбранными предметами не превышала некоторой заданной массы, а общая ценность выбранных предметов была максимальной.

Для определенности примем, что W=83,P_1=24, P_2=22, P_3 =16, P_4=1, V_1=96, V_2=85, V_3=50, V_4 =20 условных единиц.

Применим для решения задачи многошаговый процесс принятия решения (динамическое программирования). Согласно общей схеме будем решать задачу в 2 этапа. На первом этапе найдем возможные оптимальные варианты планов (решений) при последовательной оптимизации по одной переменной, на втором этапе выберем из этих «заготовок» оптимальное решение нашей задачи.

Первый этап. Он будет содержать 4 шага.

На шаге 1 находим возможные оптимальные варианты загрузки самолета только предметами первого вида. Нам необходимо найти и запомнить значения x_1и соответствующую им максимальную стоимость груза f_1(W) при различных возможных значениях W. В этом случае максимальная эффективность груза составляет:

$$f_1(\mathrm{W}) = \max(x_1 V_1)$$

при условии $x_1 P_1 \le$ W, x_1 = 0, 1, 2, 3, . . .Так как$x_1 \le$ W/P_1, то для нахождения максимумаf_1(W) надоx_1взять возможно большим, то естьx_1= [W/ P_1] наибольшее целое число, не превосходящееW/P_1, и, таким образом,

$$f_1(\mathrm{W}) = [\mathrm{W}/\ P_1] \cdot V_1 \quad (3)$$

Зададимся значениями W с некоторым шагом и найдем для них x_1 и f_1 (V_1). Очевидно, если грузоподъемность самолета меньше 24 ед., то ни одного предмета первого вида погрузить нельзя. При грузоподъемности от 24 до 47 ед. можно погрузить 1 ед. предметов первого вида и т.д. Результаты представим в виде таблицы. Значения W, f_1 (W) иx_1приведены в таблице 1.

Таблица 1

W	f_1(W)	x_1
0. . . 23	0	0
24 . . . 47	96	1

W	f_1(W)	x_1
48 . . . 71	192	2
72 . . . 87	288	3

В таблице принят болееширокий предел для W – до 87 ед.

Проведем оптимизацию на шаге 2. Рассмотрим эффективность загрузки, если самолет загружается предметами и первого, и второго типов.

Максимальную эффективность загрузки обозначим f_2(W). Если погружено x_2предметов второго типа, то масса предметов первого типа должна быть не больше W –$P_2 x_2$.Максимальная эффективность загрузки предметами первого типа при этом составляет

$$f_1(W - x_2 P_2) = max(x_1 V_1)$$

при условии $x_1 \le$ W -x_2 P_2,x_1 = 0, 1, 2,. . . , а общая эффективность загрузки

$$f_{12} = x_2 V_2 + f_1 (W - x_2 V_2)$$

Тогда

$$f_2(W) = max\{x_2 f_2 + f_1(W - x_2 P_2)\}; \quad (4)$$

$$0 \le x_2 \le [W/P2]$$

Максимум этого выражения ищут только поx_2. Но мы не знаем, какая грузоподъемность W может потребоваться для предметов второго типа. Поэтому не обходимо рассмотреть выражение (4) для различных значений W от 0 до 83. При вычислении f_1 $(W$ - $x_2P_2)$ воспользуемся уже полученными результатами (таблица 1)

Например, возьмем W = 46 ед. Для x_2возможны значения 0, 1, 2.Соответствующая эффективность от предметов второго типа равна 0,85, 170,а для предметов первого вида остается грузоподъемность 46, 24, 2 ед. Из таблицы 1 для W = 46, 24, 2 ед. находимf_1(W)=96,96, 0 ед.

Складываем соответствующие значения0+96 = 96 ед., 85+96 = 181 ед., 170+0=170ед. и выбираем наибольшее – 181ед. Оно получено при x_2= 1. Для W = 46 заносим в таблицу 2x_2 = 1; f_2(W) =181.Результаты вычислений f_2(W) и x_2приведены в таблице 2.

Таблица 2.

W	f_2 (W)	x_2
0..21	0	0
22…23	85	1
24…43	96	0
44…45	170	2
46…47	181	1

W	(W)	x_2
48…65	92	0
66…67	55	3
68…69	66	2
70…71	77	1
72…87	88	0

Из таблицы 2 следует, что при грузоподъемности транспортного средства до 21 ед. ничего в него погрузить нельзя, при грузоподъемности 22...23 ед. можно погрузить только один предмет второго типа, при грузоподъемности 24...43 ед. – либо один предмет первого типа, либо один предмет второго типа. Максимальная эффективность будет при загрузке предметами первого типа. При грузоподъемности 44...45 ед. можно погрузить либо один предмет первого типа, либо два предмета второго вида. Эффективность будет больше в последнем случае и f_2(W) =170. При грузоподъемности 46...47 ед. можно погрузить один предмет первого типа, до двух предметов второго вида, или же по одному предмету первого и второго видов. Эффективность загрузки в последнем варианте максимальна.

Приступим к оптимизации нашаге 3. Будем загружать транспортное средство предметами первых трех видов. Требуется максимизировать поx_3

$$f_{123} = x_3V_3 + f_2(W - x_3P_3);\ f_3(W) = max f_{123} \qquad (5)$$

$$0 \le x_3 \le [W/P_3]$$

Задаемся значением W и для каждого такого значения получаем максимум f_{123} по x_3. Значения f_2(W)берем из таблицы 2. Например, пусть W = 38 ед. Возможное значение x_3= 0, 1, 2 ед. и соответствующая эффективность предметов третьего вида – 0,50, 100ед. На предметы первого и второго видов остается, соответственно, грузоподъемность – 38, 22, 6 ед. По данным таблицы.2 находим f_2(W)= 96, 85, 0 ед. Суммарная эффективность 96,135, 100ед. Максимальное значение эффективности при W = 38 ед. равно135ед. для x_3= 1. Результаты расчетов помещены в таблицу 3.

Таблица 3.

W	f_2 (W)	x_2
0…15	0	0
16…21	50	1
22…23	85	0
24…31	96	0
32…37	100	2
38…39	135	1
40…43	146	1

W	f_2(W)	x_2
44…45	170	0
46…47	181	0
48…63	192	0
64…69	242	1
70…71	277	0
72…87	288	0

Проводим оптимизациюна последнем(четвертом) шаге.Получим оптимальную загрузку самолета W.

Зададимся значением W, которое может быть занято грузом четырех видов, и вычислим x_4, $f_4(W)$. Строго говоря, здесь нам достаточно было бы вычислить одну строку таблицу 4 для W=83.

Второй этап.Нахождение оптимального решения поставленной задачи. Максимальное значение f_4(W) – это и есть W, а соответствующее значение аргумента x_4 — количество груза четвертого вида, которое берет самолет (x_4):

$$W^* = \max f_4(W) = 308; \quad x_4^* = 1$$

Масса предметов четвертого вида будет $x_4 P_4$= 10 ед. На остальные 3 вида груза остается W-10=73 ед. При значении W= 73 ед. по таблице 3 получаем x_3 =0; аналогично получаем x_2 =0; $x_1 =$ 3.Если еще раз вернуться к табл. 1 – 4, то увидим, что они содержат "заготовки" для оптимальной загрузки самолета любой грузоподъемности (до W= 87 ед.) указанными предметами. Таким образом, мы решили не только поставленную задачу, а большой набор родственных задач. С одной стороны, это хорошо, но, с другой стороны, в памяти компьютера необходимо хранить таблицах 1 – 4: столбцы f_1(W) –f_4(W) до выполнения следующего (n+1)-го шага, а столбцы x_1 ,x_2, x_3,x_4и соответствующие им значения W на протяжении всего процесса решения. Для сложных задач последнее обстоятельство имеет существенное значение и ограничивает возможности рассмотренного метода.

Подчеркнем, что полученное оптимальное решение $x_1 = 3$, x_2 = 0, x_3 = 0, x_4= 1 и W = 308 легко может быть получено как решение задачи целочисленного программирования в виде (1) – (2) с использованием программы MicrosoftExcel.

Список литературы:

1. Бажин И.И. Информационные системы менеджмента. — М.: Изд-во Гос. ун-та высш. шк. экон., 2000.
2. Ефимов Е.Н., Патрушина С.М., Панферова Л.Ф., Хашиева Л. И. Информационные системы в экономике. — М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2004.
3 Исследование систем управления: Учебное пособие для вузов / Под ред. Н.И. Архиповой. — М.: ПРИОР, 2002.

МОДЕЛИРОВАНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ

Ушакова М. Ю.
Научный руководитель: д.т.н., профессор Бронов С.А.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Организация учебного процесса в вузе представляет собой сложный процесс. Базой для него является учебный план с перечнем учебных дисциплин, трудоёмкостью в часах для лекций, практических и лабораторных занятий, временем для самостоятельной работы, видом промежуточного контроля (зачётом или экзаменом).

На основе учебного плана разрабатываются рабочие программы дисциплин, включающие перечень подлежащих изучению вопросов (дидактических единиц) с разбивкой по занятиям.

При разработке учебного плана и рабочих дисциплин стремятся обеспечить допустимый объём и разумную последовательность изучения материала. Как правило, для изучения новой дидактической единицы необходимо знать некоторое количество других дидактических единиц, которые должны быть изучены ранее. В то же время, изученная дидактическая единица часто является основой для изучения последующих дидактических единиц в той же или иной учебной дисциплине.

Учебные планы составляют без учёта возможных нарушений его реализации. Полная реализация учебного плана означает, что все дидактические единицы полностью изучены всеми студентами. Но в действительности, это никогда не происходит. В частности, возможны пропуски занятий студентами, отмена занятий по различным причинам, опоздания студентов, невнимательность во время занятий и т. п. В результате, не все дидактические единицы оказываются освоены. Это уменьшает степень освоения учебного плана как отдельным студентом, так и всеми студентами в целом.

Можно ввести понятие "Чувствительность учебного плана". Это означает, насколько степень освоения зависит от отдельных мешающих факторов, появление которых заранее предвидеть невозможно.

В связи с этим при разработке учебного плана (и соответствующих ему рабочих программ дисциплин) появляется задача проверки его выполнимости, т. е. возможной степени освоения.

Эту задачу можно решить с помощью имитационного моделирования реализации учебного плана.

Имитационное моделирование предполагает представление объекта моделирования (в данном случае — учебного процесса) в виде последовательности событий: такое моделирование называется "событийным". Под событием в данном случае понимают проведение занятия (лекция, практическое или лабораторное занятие), а также внутри этого занятия: изложение преподавателем материала и восприятие его студентом.

Эти события могут происходить, не происходить, происходить частично. В результате, можно получить оценку всему ряду событий.

События могут быть взаимосвязаны, а могут быть автономными (не связанными друг с другом). В случае наличия связи, возникают последовательности типа ЕСЛИ…, ТО… При наложении на эти условия случайных явлений возникают многочисленные ветвления последовательностей событий. Эти ветвления сложно отследить аналитически (хотя существуют соответствующие аналитические методы), так как вариантов этих ветвлений может быть очень много. Именно в этом случае имитационное моделирование на компьютере оказывается целесообразным.

Существует несколько широко распространённых программ для имитационного моделирования: GPSS World, AnyLogic, ARENA и др. В их основе лежат одни и те же принципы организации вычислений, но реализованные различным образом. Кроме того, в них по-разному организовано взаимодействие с пользователем.

Программа GPSSWorld [1] была создана ещё в начале 1960-х годов и является классической программой имитационного моделирования. Она представляет собой предметно-ориентированный язык программирования, а также некоторую оболочку, позволяющую писать и отлаживать программы и обрабатывать полученные результаты. Надёжность и востребованность этой программы подтверждается тем, что она последовательно изменялась, переходя от одного поколения компьютеров к другому. В настоящее время эта программа существует для операционных систем Windows всех версий и продолжает развиваться. Её развитие направлено, главным образом, на совершенствование интерфейса, введение элементов анимации и т. п. Существует бесплатная студенческая версия.

Сравнительный анализ всех программ приводит к выбору программы GPSSWorld. Её достоинством является гибкость программирования нестандартных задач (как в данном случае учебного процесса), а также наличие бесплатной студенческой версии.

Моделирование учебного процесса предполагает разработку его математической модели.

Моделирование сложных объектов выполняется с применением модульного принципа: при этом весь объект представляется в виде совокупности отельных модулей, связанных между собой.

Учебный процесс с точки зрения его реализации можно представить как последовательность отдельных событий, включающих проведение тех или иных занятий — лекций, практических занятий, лабораторных занятий, сдачи зачёта или экзамена.

Эту последовательность событий проходят все студенты.

Одной из задач данной работы является разработка методологии представления учебного процесса с помощью языка имитационного моделирования.

С точки зрения особенностей системы моделирования GPSSWorld студенты могут быть представлены транзактами с параметрами. События могут быть представлены некоторыми логическими действиями, обрабатывающими параметры транзактов-студентов.

Суть моделирования сводится к следующему.

Формируется массив студентов из отдельных транзактов. Каждый транзакт-студент имеет некоторый набор параметров: фамилия, имя, отчество, идентификационный номер (например, номер зачётной книжки), а также пустые ячейки для проставления различных отметок. Этими отметками могут быть: присутствие на том или ином занятии, изучение той или иной дидактической единицы (степень её освоения), оценка по зачёту, экзамену или курсовому проекту.

Студенты начинают обучение на первом курсе, а затем проходят весь путь до конца четвёртого курса. В результате, у каждого студента формируется массив изученных дидактических единиц. Это позволяет в конце процесса обучения понять, насколько студент освоил всю образовательную программу.

Особенностью алгоритма программы является формирование отметок о степени освоения дидактической единицы. При этом учитывается степень освоения тех дидактических единиц, на основе которых формируется новая. Если предшествующие дидактические единицы недостаточно изучены, то степень освоения новой дидактической единицы также будет не полной. Степень её полноты должна рассчитываться по специальным формулам.

В настоящее время разработаны отдельные модули общей модели учебного процесса.

Общая модель системы содержит следующие модули:

формирование группы — генерируются транзакты, которые представляют собой студентов с соответствующими параметрами;

учебный процесс в неделю — в соответствии с расписанием занятий проводятся занятия соответствующего вида (лекции, практические, лабораторные);

лекционное занятие — посещение лекции студентами и преподавателем, изложение преподавателем материала в виде последовательности дидактических единиц, фиксация времени прихода каждого студента, имитация усвоения студентом каждой конкретной дидактической единицы;

практическое занятие — в зависимости от типа (семинар с выступлениями студентов, решение практических задач, опрос и т. п.);

лабораторное занятие — в зависимости от структуры занятия (допуск к лабораторной работе, проведение лабораторной работы, защита лабораторной работы);

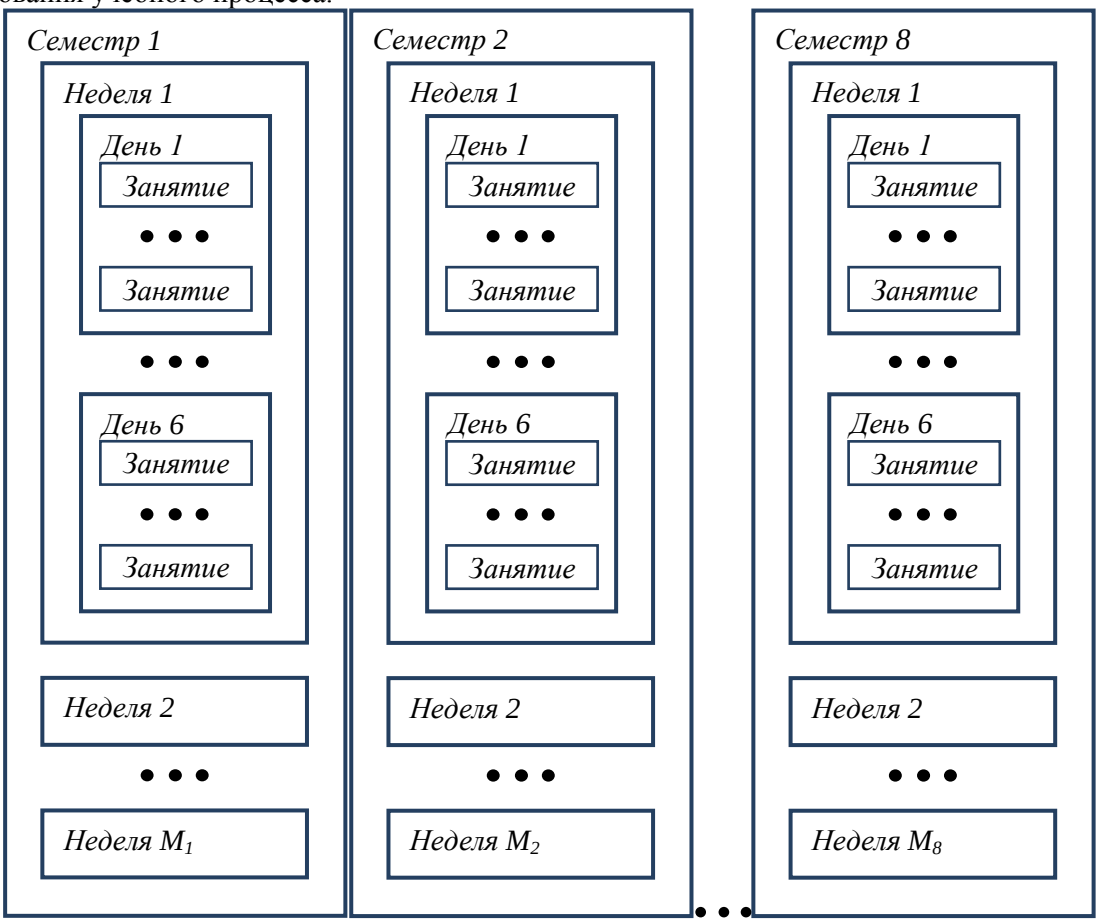
консультация по курсовому проектированию — приход студента, вопрос из комплекса дидактических единиц по курсовому проектированию, получение разъяснений от преподавателя;

зачёт — формальная простановка по результатам текущего контроля или сдача зачёта по билетам (в последнем случае — выдача билета, распределение вопросов с дидактическими единицами по билетам, подготовка к ответу, ответ, дополнительные вопросы, оценка);

экзамен — формальная простановка по результатам текущего контроля или сдача экзамена по билетам (в последнем случае — выдача билета, распределение вопросов с дидактическими единицами по билетам, подготовка к ответу, ответ, дополнительные вопросы, оценка).

Каждый модуль активируется в соответствии с общим порядком протекания учебного процесса.

На рисунке 1 представлена обобщённая структурная схема программы для имитационного моделирования учебного процесса.



1)

Рисунок 1 — Обобщённая структурная схема программы моделирования семестров

Программа содержит вложенные друг в друга модули: семестр — неделя — день — занятие.

Число и вид занятий определяются расписанием, которое, в свою очередь, использует информацию из учебного плана.

Число занятий в день может быть разным, число недель в семестре — обычно 18 (но в 8 семестре может быть меньше), число семестров — 8 (для очной формы обучения бакалавриата).

Каждое занятие реализуется в нескольких видах: 1) лекция; 2) практическое занятие; 3) лабораторная работа; 4) зачёт; 5) экзамен; 6) защита курсового проекта (курсовой работы).

Если студент присутствовал на занятии при изложении конкретной дидактической единицы (и не опоздал), то она может считаться освоенной в некоторой степени $k_{студ}$ ($k_{студ}$=0…1) от максимально возможной степени освоения. Если студент отсутствовал на занятии, то степень освоения $k_{студ}$=0, если присутствовал — между 0 и 1. При этом учитывается также сложность дидактической единицы и возможность её полного освоения во время данного занятия. Например, преподаватель излагает простую дидактическую единицу — такую, что достаточно только услышать её изложение, и она будет полностью освоена. Тогда $k_{нач}$ =1, а степень освоения её студентом будет зависеть от его присутствия, внимательности, знания предыдущего материала. Поэтому в конечном счёте степень освоения будет $k_j=k_{студ}k_{нач.}$, где j — номер дидактической единицы. Теперь важно оценить способность студента к освоению данной дидактической единицы. Разработанный алгоритм учитывает как субъективные факторы (психологические качества студента), так и объективные — присутствие (опоздание) на занятие, знание предыдущего материала.

В настоящее время создаётся библиотека программ для моделирования отдельных модулей учебного процесса, из которых будет формироваться общая модель учебного процесса.

Список литературы:

1. Рыжиков, Ю. И. Имитационное моделирование. Теория и технологии / Ю. И. Рыжиков. — СПб. : КОРОНА принт; М. : Альтекс-А, 2004. — 384 с. — ISBN 5-94271-021-X; 5-7931-0278-7.

СЕКЦИЯ 11. МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Подсекция 11.1. Маркетинг в АПК

МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ

Атамасов А.Ю.

Научный руководитель: ассистент Шелухин А.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Сегодня брендинг и маркетинг территорий входят в список стандартных инструментов, которые необходимы для решения прикладных задач управления в конкретном городе, регионе и т.д.

Маркетинг территорий (МТ) или маркетинг мест, в буквальном переводе с "place marketing", позволяет нам взглянуть на территорию с новой точки зрения - не только как на некоторую пространственную или географическую единицу, но и как на объект продвижения, то есть на своеобразный продукт, обладающий потребительской ценностью.

Концепция маркетинга территории представляет собой область научных исследований и практической деятельности, для которой объектом приложения маркетинговых усилий является некоторое место (территория), имеющее понятные географические границы, а предметом — привлекательность этого места для различных целевых групп потребителей.

Разделение содержания маркетинга территорий более эффективно реализовывать по критерию нахождения интересующихся территорией субъектов - вне либо изнутри ее. Внешние субъекты заинтересованы в благополучии региона в большей степени потому, что хотят вывезти часть этого благополучия за границы этой территории, преобразовав ее благополучие в благополучие личное и своей территории. Внутренние же субъекты объединяют свое индивидуальное благополучие с благополучием своего родного региона, своей "родины". Любая из этих двух позиций может быть интересна для территории, но явно по-разному, а потому и подходы к этим двум категориям потребителей должны быть разными.

К числу основных субъектов маркетинга в любой сфере деятельности относятся производители того или иного продукта (товаров, услуг и др.), его потребители (покупатели, пользователи) и посредники. Соучаствовать в маркетинговых отношениях и действиях могут органы управления, целые сферы экономики (например, торговля), СМИ, учебные и научные учреждения, организации и их системы. Более активными участниками маркетинговых отношений как правило выступают продуктовые производители, а субъектами, пользующимися особым вниманием к себе – потребители [1].

Брендинг территории - это универсальный управленческий инструмент развития, с помощью которого можно эффективно решать множество управленческих задач, а также добиваться повышения конкурентоспособности территории. Наличие сильного территориального бренда позволяет:

- стимулировать поток внешних государственных и частных инвестиций в приоритетные отрасли экономики;
- стимулировать процессы кластерного развития приоритетных отраслей экономики;
- активизировать экспорт местных производителей;
- повышать привлекательность территории, удерживая местное населения от миграции, и притягивая новое население, обладающее востребованными навыками и квалификацией.

Существует ошибочное мнение о том, что брендинг территорий необходим только тем административным или федеральным единицам, у которых приоритетным направлением развития является туризм. Брендинг территории – это не образ и не логотип. Это что-то большее, включающее в себя набор уникальных, позитивных и сильных ассоциаций, возникающих в сознании клиентов, что в свою очередь добавляет ценности конкретной территории. Помимо этого бренд сообщает дополнительную стоимость услугам и товарам, производимым на конкретной территории.

Если территория не обладает уникальными качествами, её нельзя брендировать. Этот процесс возможен при условии выявления уникальных территориальных предложений, которые можно использовать для устойчивого развития определённых видов хозяйственной деятельности и продвижения на рынках их продуктов или услуг.

Брендинг территории отличается от остальных брендов тем, что он должен нести в себе интегральный экономический смысл, провоцирующий кластеризацию различных видов хозяйственной деятельности, осуществляемой на территории, и за счёт этого увеличивать эффективность её социально-экономического развития. Поэтому имеет смысл говорить

об интегральном экономическом бренде территории (ИЭТБ), структура которого наглядно представлена на рис.1. [2].

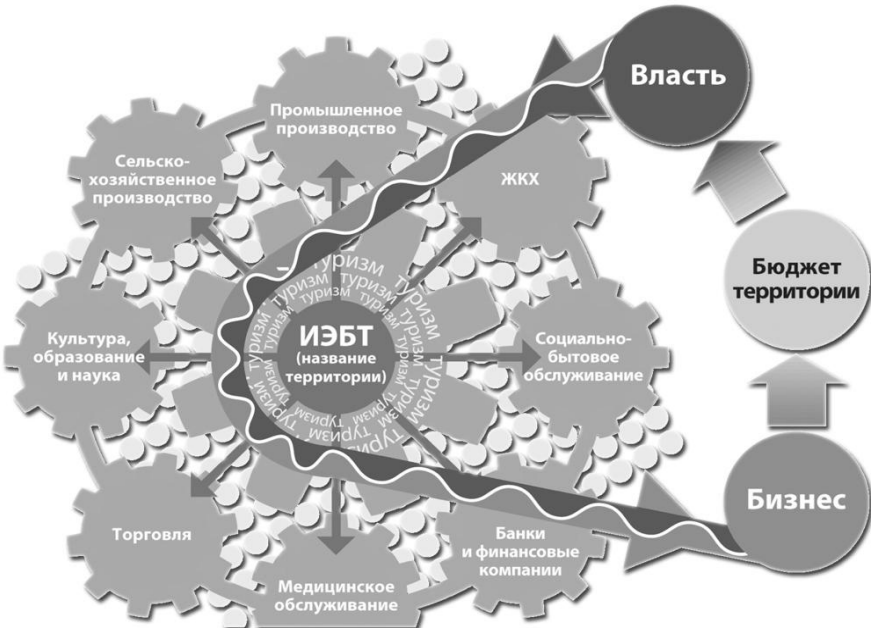


Рисунок 1 - Интегральный экономический бренд территории

Интегральный экономический бренд территории на сегодняшний день становится одним из важнейших инструментом и механизмом развития территории. В это понятие входят такие аспекты, как ключевые особенности территории, качество и виды продукции, производимой на данной территории, а также наборы сопутствующих дополнительных услуг, оказываемых в рамках деятельности, развиваемой в данном регионе.

Интегральный экономический бренд территории направлен на привлечение инвестиций в хозяйственную деятельность, развиваемую в данном регионе.

Включаясь в ИЭТБ, приоритетные отрасли экономики получают стимулы и экономические преференции для развития. По этой причине к формированию бренда нужно относиться экономически ответственно, так как впоследствии он либо стимулирует, либо прекращает эффективное развитие отдельных направлений деятельности.

Список литературы:

1. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий: зачем, кому и какой нужен маркетинг территорий [электронный ресурс]: http://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/territory/1.htm

2. www.http://ikrt.ru/consulting/brending-territoriy.html

ХОЛОДНЫЕ ПРОДАЖИ: МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИЯ

Белоусова К.Д.

Научный руководитель: ст.преподаватель Амелькина И.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Холодные продажи – это телефонные переговоры, с помощью которых заключается сделка или договорная встреча между продавцом и покупателем.

На сегодняшний день метод холодных продаж стал актуальным среди многих компаний и можно обратить внимание на то, что появилось очень много специалистов – менеджеров по продажам.

Для того, чтобы «холодные продажи» стали эффективными, нужно знать и понимать основу продаж. Основа – это стержень, на которой держится вся основная работа с холодными продажами. И из этого следует, что нужно работать с базой клиентов и повышать свою квалификацию. Повышение квалификации - это большая работа, которой нужно заниматься постоянно.

Основные задачи холодных продаж сводятся к следующим:

- рассказать как можно большему количеству клиентов о своем продукте;
- разбить на категории, и с каждым работать по особому принципу;
- найти общий язык с клиентом (не нужно его заставлять купить ваш продукт, надо сделать так чтоб он сам захотел его приобрести).

Существуют примерная структура работы, которую предлагает рассмотреть автор книги «Все секреты холодных продаж» Артем Шинкарук:

Цель работы минимум: 1. Позвонить, 2. Выявить интерес, 3.Предложить, что-то бесплатно, 4.Отослать коммерческое предложение чего-то бесплатного или по заниженной цене.

Цель максимум: 5. Позвонить снова, 6. Назначить встречу, 7.Встреча, 8. Сделка.

Важно определить план разговора, продумать время звонка, что рассказать о компании, и сразу понять, как ответить на всяческие вопросы покупателя.

Сегодня вопросам организации эффективных холодных продаж посвящаются работы многих отечественных и зарубежных авторов. Все они сходятся во мнении, что данной технологии присуще как достоинства, так и недостатки (табл.1).

Таблица 1 - «+» и «-»- холодных продаж

Положительные	Отрицательные
Хорошая работа, дает увеличению объема продаж и повышает конкурентоспособность	Не опытный продавец, будет получать много отказов от покупателя и, следовательно будет терять энтузиазм.
Низкие затраты на рекламу, экономия финансов.	Повышение квалификации требует много времени
Увеличение потенциальных клиентов.	

Чтобы понять свои ошибки продаж целесообразно просмотреть пять основных проблем.

1. Отсутствие интереса потенциального покупателя к предложению продавца. В этом случае нужно стараться заинтересовать клиента и заговорить.

2. Реакция клиента отрицательна, агрессивна. Нужно при любой ситуации быть вежливым и спокойным.

3. Клиент пытается доказать, что вы не правы.

3. Отсутствие желания покупателя разговаривать с продавцом. Если клиент занят, нужно перезвонить ему в более удобное время.

4. Настрой самого продавца. Нужно быть всегда энергичным и уверенным в себе.

Решить выделенные проблемы позволяет знание психологии клиента (его повадок, тембра и тональности голоса и т.д.).

Существует множество правил «Холодных продаж», которые нужно обязательно выполнять для эффективной работы с клиентами. Обязательно всегда делать план своей работы и подготавливаться к ней, чтобы она была улучшена. С каждым разговором делать выводы и учитывать свои ошибки в предыдущем разговоре. Все секреты «холодных» продаж заключаются в постоянной работе над собой. Преуспевает тот, кто способен к самомотивации.

Список литературы:

Автор: Шинкарук, А. Все секреты холодных продаж [Электронный ресурс]: www.salesmaster.com.ua

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ ЖИЛИЩНЫХ УСЛУГ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Бородкин.М.А.

Научный руководитель: к.с-х.н., доцент Каменская Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Современную экономику можно определить как экономику сферы услуг. Сфера услуг, уровень ее развития занимают огромное место в оценке экономического статуса страны, так как усиливается взаимосвязь развитости сферы услуг и уровня развития всей национальной экономики.

Государство принимает активное участие в регулировании сферы социальных услуг, в частности услуг сферы жилищно-коммунального хозяйства. Оно выступает в роли управляющего и контролирующего органа. Это связано с тем, что сфера услуг ЖКХ играет большую роль в обеспечении жизнедеятельности людей. Перевод таких услуг на рыночные принципы затруднит доступ к ним определенных слоев населения.

В целом содержание государственного регулирования услуг ЖКХ проводилось в следующих направлениях:

- Создания федерального органа управления сферой ЖКХ;
- создания системной правовой базы, которая будет регулировать деятельность ЖКХ;
- организационного обеспечения среды для эффективного развития сферы услуг.

Государственное регулирование экономики — воздействие государства на деятельность хозяйственных субъектов и рыночную конъюнктуру с целью обеспечения нормальных условий для функционирования рыночного механизма, решения проблем сферы ЖКХ [1].

Все методы государственного регулирования можно разбить на следующие группы:

1) административное (прямое) регулирование;

2) экономическое (косвенное) регулирование.

административным (прямым) методам регулирования относятся разнообразные меры запрета, принуждения, разрешения, меры, ограничивающие свободу экономического выбора хозяйствующих субъектов. Эти методы основаны на соответствующем законодательстве, регламентирующем деятельность ЖКХ.

При прямом регулировании используются различные формы безвозвратного целевого финансирования территорий, предприятий, работающих в данной сфере (различного рода дотации, пособия, доплаты из специальных бюджетных и внебюджетных фондов).

При применении экономических (косвенных) методов сохраняется свобода выбора. Они предполагают воздействие государства на экономические интересы хозяйствующих субъектов, создание у них материальной заинтересованности в выборе такой линии поведения, которая способствует проводимой государственной политике [2].

При косвенном регулировании государство влияет на производителей и потребителей, используя различные экономические интересы и стимулы. Ярким примером может служить Федеральный закон от 15 июня 1996г. № 72-ФЗ «О товариществах собственников жилья». Цель данного документа в том, чтобы создать условия благоприятные для формирования субъекта консолидированного спроса на жилищно-коммунальные услуги.

Степень государственного воздействия на рынок жилищных услуг и сегодня вызывает разногласия. Так, некоторые зарубежные экономисты выступают противниками чрезмерного использования административных регуляторов, так как нарушаются механизмы рыночного саморегулирования [3].

Другие экономисты утверждают, что вмешательство государства в ряд экономических и социальных процессов рынка услуг ЖКХ необходимо. Это связано с тем, что доступ на рынки социальных услуг требует ограничения. Неограниченный доступ на них массы коммерческих производителей может привести к нежелательным последствиям. Определенные категории потребителей нуждаются в льготных условиях приобретения отдельных товаров и услуг. Граждане с низким уровнем доходов должны иметь возможность оплачивать жизненно важные услуги, а предприятия-производители общественно-необходимых товаров и услуг должны иметь привилегированные условия производственной деятельности.

Государственное регулирование рынка услуг ЖКХ должно отвечать следующим требованиям:

1) учитывать предысторию и соответствовать фазе конъюнктурного цикла рынка услуг;

2) осуществляться своевременно, чтобы неравновесные процессы не вышли из-под контроля и не привели к необратимым изменениям;

3) должны быть налажены обратные связи, иначе могут быть приняты неадекватные меры, способствующие деградации сферы и рынка жилищных услуг;

4) государство должно опираться на гражданское общество и стимулировать развитие экономических субъектов, обеспечивающих переход к новому уровню развития всей экономики.

В Российской Федерации при переходе от административной экономики к рыночной резко снизился уровень государственного регулирования. Однако роль государства в социально-экономических процессах рынка ЖКХ в нашей стране традиционно преувеличена. Кроме того, сильны исторические традиции, поддерживающие склонность к централизованному управлению процессами в стране. Доказательством тому является централизация финансовых ресурсов в бюджетной системе. В условиях кризиса роль государства как стабилизирующего фактора возрастает, а в период реформирования общества именно государство должно определять параметры будущей социально-экономической системы. Некоторые институты, присущие высокоразвитой рыночной экономике, в условиях перестройки отечественной экономики были созданы волевым решением «сверху». То есть, они изначально оказались под контролем государства, поскольку не имели возможности эффективно действовать и развиваться без его поддержки [4].

Вместе с прямым регулированием цен на ряд социально значимых жилищных услуг (Водоснабжение, обеспечение квартир газом и электричеством, отопление.) в России применяются также лицензирование и сертификация услуг; используется система государственных и

муниципальных заказов и дифференцированного режима налогообложения в зависимости от социальной значимости услуг. Но программирование развития и мониторинг сферы услуг ЖКХ в стране развиты недостаточно. Также слабо развита система гарантированных цен на услуги.

На наш взгляд, сфера жилищных услуг более всего нуждается в государственной опеке, так как является социально значимым сектором экономики. В некоторых случаях государство вмешивается в рыночную ситуацию. Это возможно, если возникает риск монопольного контроля над рынком платных коммунальных услуг; информация в экономической среде распространяется неравномерно; общество не может соблюдать социально приемлемые границы неравенства в распределении доходов; не производятся услуги, которые могут потребляться всеми членами общества, независимо от того, в какой мере оплачены индивидом эти товары и услуги.

Государственное вмешательство в функционирование рынка услуг ЖКХ должно также включать следующие направления:

- эффективную социально-экономическую, валютно-финансовую, структурно-инвестиционную и научно-техническую политику;
- льготную налоговую политику;
- системы госзаказов, субсидий, кредитов, гарантий для развития социально значимых видов жилищных услуг;
- разработку социальных стандартов (совокупность социальных потребностей населения, финансируемых на минимальном, среднем или рациональном уровне);
- создание государственных центров информационно-маркетингового обеспечения развития услуг рынка ЖКХ;
- лицензирование, призванное привести деятельность предприятий и предпринимателей, оказывающих отдельные виды услуг данной сферы, в соответствии с определенными требованиями;
- сертификацию и стандартизацию, обеспечивающие подтверждение соответствия услуг условиям безопасности для жизни и здоровья населения;
- государственное регулирование цен и тарифов на социально-значимые услуги и др.

Один из путей реализации государственного регулирования в сфере ЖКХ можно рассмотреть на примере Красноярского края. В данный момент реализуется государственная программа "реформирование и модернизация жилищно-коммунального хозяйства и повышение энергетической эффективности". Сроки реализации программы - 2014 - 2018 годы. Основными целями реализации данной программы являются:

- обеспечение населения Красноярского края качественными жилищно-коммунальными услугами в условиях развития рыночных отношений в отрасли и ограниченного роста оплаты жилищно-коммунальных услуг;
- формирование целостности и эффективной системы управления энергосбережением и повышением энергетической эффективности;
- создание предпосылок направленных на внедрение экономических механизмов в отрасль жилищно-коммунального хозяйства.

Задачами данной программы являются:

- развитие, модернизация и капитальный ремонт объектов коммунальной инфраструктуры и жилищного фонда Красноярского края;
- внедрение рыночных механизмов жилищно-коммунального хозяйства и обеспечение доступности предоставляемых коммунальных услуг;
- предупреждение ситуаций, которые могут привести к нарушению функционирования систем жизнеобеспечения населения;
- повышение энергосбережения и энергоэффективности;
- сбалансированное регулирование тарифов ресурсоснабжающих организаций, поэтапное доведение уровня оплаты коммунальных услуг населением до 100% от тарифов, утвержденных для ресурсоснабжающих организаций.

Таким образом, необходимость государственного вмешательства в сферу услуг ЖКХ не вызывает сомнений. Более того, попытки государственного регулирования предпринимаются как на уровне страны, так и в регионах. Но определить степень этого вмешательства непросто. Абсолютный контроль государством сферы жилищных услуг может привести к тяжелым последствиям. Поэтому государство должно выступать и в роли одного из компонентов системы сферы жилищных услуг, и в роли внешней регулирующей силы, с одной стороны, обеспечивая законодательное и административное регулирование сферы услуг, национальную безопасность и социальный контроль,

а с другой стороны, выступая в роли собственника, предпринимателя или партнера частного бизнеса в сфере услуг.

Список литературы:

1. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг: экономика: Учебное пособие / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко; под ред. Т.Д. Бурменко. — М.: КНОРУС, 2008.

2. Вечканов, Г.С. и др. Современная экономическая энциклопедия / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. — СПб.: Лань, 2000.

3. Донцова, Л.В. Вопросы государственного регулирования экономики: основные направления и формы / Л.В. Донцова // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — № 4.

4. Жилкина, М.С. Финансовые, кредитные и страховые инструменты государственного регулирования экономических процессов / М.С. Жилкина // Финансовый бизнес. — 2001. — № 7. — С. 11–19..

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТОРГОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Горшкова П.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Развитие любого института инфраструктуры необходимо сопоставлять с развитием территории, к которой он принадлежит, а системный подход в исследовании институциональных факторов развития сферы торговли обуславливает более качественное достижение результатов, оправданность стратегических решений и высокие темпы развития. Именно с целью обеспечения качественного развития инфраструктуры необходимо включать в исследование анализ территории.

С помощью методики SWOTмы отразили текущие факторы, в которых происходит развитие институтов инфраструктурыв качественном выражении: методика SWOT подразумевает фиксацию сильных и слабых сторон исследуемого объекта, а также возможностей и угроз развития, которые могут быть определены на основе имеющейся информации [3].

Положения, определяемые в процессе SWOT-анализа могут стать основой для дальнейших разработок стратегических направления развития инфраструктуры [2]. В связи с этим для последующего анализа торговой инфраструктуры потребительского рынка с применением данной методики целесообразно также проанализировать экономику сферы торговли Красноярского края по совокупности факторов. На рисунке 1 отражены результаты применения SWOT-анализа.

Сильные стороны: 1.Уникальное экономико-географическое положение и большие резервы территорий 2. Богатый природно-ресурсный потенциал 3. Развиты топливно-энергетический комплекс и транспортная инфраструктура центральных и южных районов 4.Формирующаяся на новых принципах мультиотраслевая система высшего образования и научно-исследовательских институтов	**Слабые стороны:** 1.Деиндустриализация районов края в зоне сплошного хозяйственного освоение, примыкающей к Транссибирской магистрали 2.Высокий уровень монополизации в отраслях специализации 3.Низкая транспортная освоенность северных районов края 4. Удаленность от мировых рынков сбыта 5.Недостаточное внедрение логистических механизмов в процессе оптовой торговли 6.Недостаточный уровень развития инновационного предпринимательства 7. Недостаток трудовых ресурсов
Возможности: 1.Изменение преимущественно сырьевой направленности экономики региона в сторону инновационного развития 2.Строительство новых транспортных коридоров на территории Сибири и Дальнего Востока 3.Усиление интеграционной связи российских регионов и принятие Красноярским краем функции главного производственно-транспортного «интегратора» Востока России	**Угрозы:** 1.Неустойчивая конъюнктура на мировых рынках цветных металлов и углеводородов 2.Рост стоимость инвестиционных ресурсов и цен на продукцию и услуги естественных монополий 3.Сохранение инфраструктурных ограничений 4.Ужесточение конкуренции со стороны Китая на рынках продукции первого передела 5.Недостаточная эффективность федеральных мер по стимулированию развития

Рисунок 1 – Матрица SWOT-анализа для Красноярского края

Приведенная матрица SWOT характеризует актуальное состояние экономики края с традиционной сырьевой специализацией, развитым топливно-энергетическим комплексом и транспортной инфраструктурой в южных районах региона.

Для оценки перспектив развития инфраструктуры потребительского рынка целесообразно сопоставить реализованную ранее SWOT методику с исследованием по модели PEST-анализа. Он представляет собой анализ внешних факторов, которые оказывают влияние на рынок, формируют общие условия его деятельности [4].По данной методике производится экспертная оценка отобранных факторов, в результате чего определяется вес фактора и непосредственно, его оценка. Вес всех факторов в сумме по группе равняется единице. Оценка производится по 5-балльной шкале. На основе полученных данных была получена интегрированная оценка исследуемой инфраструктуры потребительского рынка, которая показала, насколько данный объект подвержен влиянию внешних факторов. Результаты PEST-анализа отражены в таблице 1.

Таблица 1 – PEST-анализ внешней среды инфраструктуры потребительского рынка Красноярского края

Группа факторов	Факторы	Вес	Оценка экспертов			Интегрированная оценка
			1	2	3	
Политические	1. Активная законотворческая деятельность	0,3	3	4	4	1,1
	2. Сложная мировая политическая ситуация	0,35	3	4	3	1,2
	3. Активизация протестных движений	0,35	3	3	2	0,9
					Итого	3,2
Экономические	4. Волатильность валютного рынка	0,35	5	4	5	1,6
	5. Рост производственных мощностей	0,25	4	4	4	1,0
	6. Высокая степень конкуренции	0,4	4	5	4	1,7
					Итого	4,3
Социальные	7. Растущая вовлеченность граждан в общественную жизнь	0,35	4	3	2	1,05
	8. Популяризация благотворительности	0,35	3	3	3	1,05
	9. Рост численности населения	0,3	4	4	4	1,2
					Итого	3,3
Технологические	10. Новейшие разработки и патенты	0,35	3	4	3	1,2
	11. Государственная технологическая политика	0,3	3	4	2	0,9
	12. Широкое повсеместное распространение технологий	0,35	3	3	4	1,2
					Итого	3,3

Таким образом, было выявлено, что наибольшее влияние на инфраструктуру потребительского рынка по оценкам экспертов могут оказать экономические факторы. Данная ситуация является логически обоснованной. В рамках остальных групп факторов по оценкам экспертов торговая инфраструктура подвержена влияниюв средней степени.

На сегодняшний день процесс увеличения численности объектов торговой инфраструктуры во многом определяет уровень развития инфраструктуры, однако, существуют другие слабые места в развитии данного института, которые могут повлечь сдерживающее влияние на процесс развития. Более подробно эти факторы можно рассмотреть с помощью SWOT-анализа, примененного в разрезе именно торговой инфраструктуры (рисунок 2).

Таким образом, обобщая проведенный анализ, можно говорить о том, что рынок торговли обладает достаточно широким спектром преимуществ, кроме того, существует потенциал для обращения части недостатков и слабых сторон в возможности для развития, что могло бы способствовать усилению конкурирующего положения как розничных и товарных отраслей, так и их субъектов. Так, недавнее вступление России в ВТО порождает возможность в виде повышения качества работы торговых предприятий. Развитие инфраструктуры торговли, в свою очередь, позволит избавиться от некоторых барьеров, присутствующих на данный момент.

Сильные стороны: 1.Устойчивый рост объемов розничного товарооборота 2.Развитая сеть транспортных коммуникаций 3. Большой рынок сбыта 4. Вступление России в ВТО 5.Относительно высокая платежеспособность населения	**Слабые стороны:** 1.Неэффективность государственного контроля и надзора, правоохранительной деятельности государства 2.Низкая культура потребления 3.Возрастающие барьеры для входа в крупные сетевые компании 4.Недостаточный ассортимент производимых в крае высококачественных продовольственных товаров 5.Недостаточный профессиональный уровень работников потребительской сферы
Возможности: 1.Развитие, совершенствование инфраструктуры товарного рынка 2.Развитие туристической отрасли в рамках увеличения объемов реализации товаров и услуг 3.Количественный рост организаций торговли при усилении тенденции к инновационному развитию	**Угрозы:** 1.Проникновение на рынок контрафактной, низкокачественной продукции 2.Недобросовестная конкуренция со стороны хозяйствующих субъектов других регионов 3.Размещение торговыми сетями производства собственных марок в соседних регионах

Рисунок 2 – SWOT-анализ торговой инфраструктуры

Области, в которых нужно работать для организации эффективного развития торговой инфраструктуры, можно определить двумя субъектами: органы власти и субъекты рынка.

Действия со стороны органов власти[1] включают в себя следующее:

- содействие развитию цивилизованного, конкурентного, оптового рынка, предусматривающего рост числа крупных оптовых структур, выступающих организаторами оптового товарооборота; привлечение владельцев и операторов мелкооптовых рынков к созданию современных объектов оптовой и оптово-розничной торговли в качестве инвесторов; оптимизацию товаропроводящей системы, уменьшение доли посредников на оптовом рынке;
- развитие торговой деятельности потребительской кооперации путем содействия в увеличении доли продукции собственного производства в розничном обороте, проникновение на рынки городов края для торговли сельскохозяйственными продуктами, закупленными у сельского населения в фермерских хозяйствах; рациональном использовании имеющихся площадей организаций розничной торговли (в малых населенных пунктах) на основе их преобразования в приемо-заготовительные пункты;
- обеспечение доступности товаров местных производителей в торговую сеть края, в том числе путем организации ими собственных товаропроводящих сетей и повышения качества, расширения ассортимента производимых в крае потребительских товаров, а также создание условий для реализации излишков сельскохозяйственной продукции.

В рамках действий субъектов рыночной инфраструктуры среди направлений развития предлагаем:

- внедрение современных технологий управления и реализации продукции;
- формирование организационных систем, подразумевающих определенную организационную культуру;
- осуществление деятельности согласно маркетинговым концепциям и научным подходам.

Список литературы:

1. О концепции развития потребительского рынка и услуг города Красноярска на 2011-2015 годы [Электронный ресурс]: постановление администрации г. Красноярска от 5.12.2011 № 564. - Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/985024770.
2. Ибрагимов, Л.А. Инфраструктура товарного рынка / Л.А. Ибрагимов. – Москва: ПРИОР, 2001. – 256с.
3. Новоселов, А.С. Региональная рыночная инфраструктура: учеб. пособие / А.С. Новоселов. – Новосибирск: СибГУТИ,2011. – 91с.
4. Суслова, Ю.Ю. Системный подход к формированию региональной рыночной инфраструктуры / Ю.Ю. Суслова, Д.А. Ченченко // Российское предпринимательство. – 2012. - №17 (215). – С. 114-119.

ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Гуминская И.А.

Научный руководитель: ассистент Семина А.О.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Для повышения эффективности управления предприятиям необходимо искать новые средства и методы для обеспечения стабильного уровня конкурентоспособности. Одним из таких эффективных инструментов является бенчмаркинг. Рассмотрение особенностей бенмаркинга и определение возможностей его применения в качестве эффективного инструмента повышения конкурентоспособности аграрных предприятий на сегодняшний день является малоисследованным.

Понятие «бенчмаркинг» (от англ. Benchmarking – установление контрольной точки) появилось в 1972 году в Институте стратегического планирования Кембриджа во время исследовательской деятельности консалтинговой группы PIMS [1]. Классическим определением бенчмаркинга является определение основателя этого метода, руководителя Глобальной сети бенчмаркинга Роберта Кемпа. Бенчмаркинг – это поиск лучших методов, которые ведут к улучшению деятельности. [3] В более широкой трактовке, бенчмаркинг – это не только передовая технология конкурентного анализа, это: концепция естественного развития, стремление фирм к непрерывному совершенствованию; сам процесс усовершенствования, то есть непрерывный поиск новых идей, их адаптация и использование на практике [3].

Среди причин, способствующих использованию бенчмаркинга предприятиями АПК можно выделить следующие:

– прогнозирование изменений конкурентной среды;

– своевременное определение достоверности отставания от конкурентов;

– необходимость существенных улучшений для сохранения конкурентоспособности;

– пересмотр существующих и формирование новых целей предприятия;

– поиск лучших путей достижения поставленных целей;

– определение приоритетов при проведении реструктуризации, оценка потенциальных возможностей новых направлений деятельности.

Основная задача бенчмаркинга – постоянное совершенствование маркетинга, финансовой структуры доходов предприятия, технического обеспечения продукта, развития менеджмента предприятия. Сущность бенчмаркинга заключается: во-первых, в сравнении своих показателей с показателями конкурентов и лучших предприятий; во-вторых, в изучении и применении успешного опыта других у себя на предприятии.

Объектами бенчмаркинга могут быть: методы, процессы, технологии, качественные параметры продукции, показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятий (структурных подразделений) из соответствующей отраслевой структуры. Исследуя производственные процессы, методы или технологии производства и сбыта продукции, основное внимание уделяют поиску резервов снижения издержек производства и повышению конкурентоспособности продукции.

Следует отметить, что бенчмаркинг – это последовательный и четко структурированный процесс. Такая структурированность и последовательность достигается путем разработки поэтапной модели, в основе которой лежит цикл Деминга, содержащий 4 составляющие: планирование, реализация плана, проверка или корректировки плана и разработка дальнейших действий. То есть, бенчмаркинг – это стратегия последовательного улучшения и непрерывный процесс управления изменениями.

Бенчмаркинг применяется во всех сферах деятельности предприятия – логистике, маркетинге, управлении персоналом и т.д. Это, в свою очередь, позволяет аграрному предприятию определить основные проблемы в этих видах деятельности и найти новые подходы к их решению.

Стандартный процесс бенчмаркинга включает в себя несколько этапов. Для предприятий аграрной сферы целесообразно применять следующие этапы:

1. Этап планирования. На данном этапе следует определить объект бенчмаркинга, провести поиск лучших вариантов в данной сфере, а так же определить методы сбора информации и провести сбор этой информации;
2. Этап анализа. На основе полученной информации необходимо определить слабые стороны собственного предприятия и спроектировать ожидаемый уровень;

3. Этап интегрирования. Данный этап включает в себя обсуждение полученных результатов сравнений и выработка путей достижения новых параметров и характеристик, установление целей для подразделений предприятия по достижению новых параметров;

4. Этап реализации. Этот этап подразумевает разработку планов внедрения по достижению поставленных целей, а так же реализацию целей и планов повышения конкурентного потенциала предприятия, новый цикл. [2]

Этапы бенчмаркинга для предприятий АПК представлены на рисунке 1.

Рис.1 - Этапы бенчмаркинга для предприятий АПК

Сегодня представители аграрного бизнеса, к сожалению, не в полной мере владеют сбалансированными системами сбора, оценки, анализа и внедрения, успешных бизнес решений для измерения и эталонного сравнения показателей, которые не имеют четких методик определения. Кроме того, применению бенчмаркинга на предприятиях АПК препятствует еще много факторов и барьеров. В силу ограниченности ресурсов, не все предприятия имеют возможность привлекать специалистов со стороны и пользоваться услугами консультационных фирм. Следующей особенностью является несовпадение периода производства и рабочего периода, следовательно, возникает сезонность производства, которая проявляется неравномерным, прерывистым использованием рабочей силы и средств производства, неравномерным поступлением продукции и доходов в течение года. Важной особенностью деятельности аграрных предприятий является их зависимость от природно-климатических условий, и как следствие, предприятия АПК работают в условиях риска и неопределенности.

Внедрение бенчмаркинга в деятельность предприятий АПК обеспечит укрепление финансового состояния и будет способствовать увеличению объемов производимой продукции.

Список литературы:

1. Михайлова Е.А. Основы бенчмаркинга/ Е.А. Михайлова - М.:2013.-112 с.

2. Голубева Т.Г. Бенчмаркинг как эффективный инструмент управления организацией/ Т.Г. Голубева - М.: 2012.-272 с.
3. Андерсен Б. Бизнес-процессы: инструменты совершенствования: Пер. с англ./ Б.Андерсен - М.: 2013.-272 с.

ОПТИМИЗИЦИЯ АССОРТИМЕНТА УСЛУГ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Иванов Н.Н.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Антамошкина Е.А.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Сегодня на рынке присутствует огромное количество автотранспортных компаний, одной из таких компаний является МП «САТП». Основным видом деятельности является механизированная уборка городских автомобильных дорог. помимо основных видов деятельности предприятие оказывает возмездные услуги автотранспортом и механизмами. Клиенты предъявляют новые, более сложные требования к услугам в сфере автотранспорта. Предприятиям необходимо удовлетворять все запросы потребителей. Поэтому изменение, коррекция, формирование и управление ассортиментом сегодня очень важны. МП «САТП» должно своевременно предлагать ряд услуг, которые будут полностью удовлетворять нужды и требования своих клиентов. Управление ассортиментом имеет экономическое и социальное значение. Экономическое значение заключается в том, что правильное управление ассортиментом услуг позволит компании выжить в условиях жесткой конкуренции и стать успешной. Социальное значение заключается в том, что управление ассортиментом воспитывает у клиентов вкусы, формирует потребности. Однако вкусы и потребности клиентов также оказывают огромное влияние на ассортиментную политику предприятия.

Любое расширение ассортимента всегда влечет за собой увеличение расходов. А положительные финансовые результаты от изменений в ассортименте будут только в будущем.

Если учесть быстрые перемены во вкусах потребителей и состоянии конкуренции, то предприятие не может полагаться на уже существующие услуги. Клиент всегда хочет и ждет усовершенствованных или принципиально новых услуг. А конкуренты, в свою очередь, сделают все, чтобы предоставить клиенту новые услуги. Следовательно, у абсолютно каждого предприятия должен быть свой сценарий разработки новых товаров и предоставления новых услуг. Предприятие может заполучить новинку двумя способами, купить целиком какую-то фирму, патент или лицензию на производство товара, либо собственными усилиями, создав у себя отдел исследований и разработок.

Также расширение ассортимента предполагаемых услуг является одним из направлений деятельности по выводу предприятия из кризиса, что, порой, трудно выполнимо в условиях кризиса, но это необходимо для достижения поставленных целей предприятия - удовлетворения потребностей клиентов и получения максимальной прибыли.

Выгодной стороной мероприятий по расширению ассортимента услуг часто является то, что предприятие уже имеет базу для предоставления схожих услуг клиентам и затраты на организацию предоставления новых услуг могут оказаться небольшими, при этом значительно повышается доходность предприятия, что очень важно при выводе его из кризисного положения.

Следует помнить, что кризис на предприятии может быть вызван огромным количеством внутренних факторов, которые в свою очередь влияют на деятельность предприятия. Поэтому, перед тем как начать внедрять мероприятия по изменению ассортимента услуг нужно проанализировать внутреннюю ситуацию на предприятии и сделать все, чтобы устранить все выявленные недостатков в работе предприятия, так как эти недостатки в дальнейшем смогут помешать эффективному управлению ассортиментом.[3]

Эффективная ассортиментная политика имеет очень важное значение в антикризисном управлении, потому что максимально эффективное производство и предоставление услуг, соответствующих изменяющимся ожиданиям потребителей, является самой важной задачей предприятия находящегося в кризисном положении. В такой ситуации нужно добиться максимально эффективного использования уже имеющихся возможностей для повышения прибыли предприятия.

С целью повышения доходности, предприятие может расширить ассортимент услуг различными способами. Существует несколько подходов к изменению ассортимента услуг, более подробное описание подходов представлено в таблице ниже.

Подходы изменения ассортимента услуг.

Подходы	Характеристика
1. Вертикальное изменение	Это изменение является составной частью вертикальной диверсификации деятельности компании. Направлено на увеличение или уменьшения ассортимента услуг, связанного с самостоятельным предоставлением услуг, которые ранее приобретались у сторонних организаций, и создание собственной сети для продвижения собственных услуг.
2. Горизонтальное изменение	Одна из составляющих политики горизонтальной диверсификации, представляет собой изменение ассортимента в рамках уже проводимой деятельности, либо в аналогичных направлениях или выход на новые рынки без перехода на смежные уровни в рамках кооперации.
3. Комплексное изменение.	Диверсификация в обоих направлениях.

Внедрение абсолютно новых процессов производства для расширения ассортимента напрямую ведет к увеличению затрат предприятия на покупку или самостоятельную разработку технологий, также нужно учитывать время на их изучение, наем другого, более квалифицированного персонала, а также обучение своих сотрудников может потребовать дополнительных затрат.[1]

Практически всегда расширение ассортимента предоставляемых услуг требует затрат средств и времени, следовательно необходимо рассчитывать затраты на проведение этих мероприятий, а также экономический эффект от их проведения.

Так как затраты на проведения мероприятий по повышению прибыли предприятия будут требовать дополнительные средства, нужно будет корректировать или изменять полностью финансовую и ассортиментную политику организации. Необходимо будет уменьшить или прекратить предоставление нерентабельных услуг, и направить ресурсы предприятия на более востребованные услуги.

Одним из наиболее распространенных способов экономии денежных средств и получения дополнительного дохода при расширении ассортимента услуг, является франчайзинг. Предприятие может заключить договор на предоставление новых услуг с другим под брендом франчайзера. Это позволяет улучшить и узнаваемость бренда и привлечь новых потребителей.[2]

Нередко расширение ассортимента услуг требует от предприятия и изменений в кадровой политике, это связано с производством и реализацией новых услуг на рынке. Нужно максимально эффективно использовать основные ресурсы любого предприятия - человеческий труд. При выводе на рынок новых услуг важно не допустить снижения качества уже предоставляемых. Необходимо наладить жёсткий контроль качества на предприятии.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что ассортиментная политика играет огромную роль в управлении предприятия «САТП», так как управление ассортиментом услуг и его расширение или изменение оказывает большое влияние на различные сферы деятельности организации, в частности на его доход, а это значит и главную цель предприятия - увеличение прибыли.

Расширение ассортимента можно назвать одним из основных методов увеличения финансовых результатов деятельности организации. Этот метод обеспечивает как динамичное развитие производства в целом, так и дает возможность удержать свои, уже завоеванные позиции на рынке.

Список литературы

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. - М.: Питер, 2012. - 560 с.
2. http://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65625b3ac78a4d53a89421306d36_2.html
3. Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент / А. Н. Фомичев. - М.: Дашков и Ко, 2010. - 468 с.

ПРОБЛЕМА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ БЕЛКОВО-ВИТАМИННО-МИНЕРАЛЬНЫХ ДОБАВОК

Карпузович А.С.

Научный руководитель: ст.преподаватель Бордаченко Н.С.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Белково-витаминные и белково-витаминно-минеральные добавки (БВМД), как известно, широко применяют в животноводстве с целью сбалансирования рациона животных по аминокислотам, протеину, витаминам, минеральным веществам, макро- и микроэлементам. Ввод БВМД в корма позволяет снизить издержки кормов на единицу продукции, повысить среднесуточный прирост и приумножить производительность животных, улучшить оплодотворяемость и безутратность молодняка.

Рынок отечественных премиксов к 2020 году в настоящем выражении вырастет на 150 тыс тонн, а в стоимостном - $140-145 млн. Объём рынка аминокислот с 2010-2014 расширился в 1,7 раз. Спрос на аминокислоты практически целиком обеспечивается за счёт ввоза. "Кормовые витамины - 100% снабжение за счёт импорта, лизин-100% импорта, пробиотики -80%, аминокислоты -85%, кормовые антибиотики -70%, ферменты -70%" [3].

Российская отрасль производства кормов выросла на 7% к 2015 году. Комбикормовая промышленность России на текущий момент насчитывает около 500-600 предприятий. Спрос на корма ежегодно возрастает: поголовье растет, фермеры постоянно стремятся увеличивать продуктивность животных и птицы. К примеру, государственная поддержка молочного скотоводства уже принесла определенно позитивные результаты. По данным Минсельхоза России, за 2015 год производство молока в хозяйствах всех категорий достигло 30,78 млн т. В 2016 году господдержка молочной отрасли удвоена: законом о федеральном бюджете предусмотрено 29,2 млрд руб.

В январе 2016 г. в хозяйствах всех категорий Красноярского края, по расчетам, произведено скота и птицы на убой (в живом весе) 12,2 тыс. тонн, молока – 50,6 тыс. тонн, яиц – 65,1 млн штук.

Таблица 1 - Производство основных видов продукции животноводства в сельскохозяйственных организациях края

	Январь 2016 г.			*Справочно* январь 2015 г. в % к январю 2014 г.
	тонн	в % к январю 2015 г.	доля в общем объемепроизводства скота и птицы на убой, %	
Скот и птица на убой (в живом весе)	6058,2	104,8	100	92,4
из него:				
крупный рогатый скот	1669,6	80,1	27,6	96,8
свиньи	3697,8	2,0 р.	61,0	150,4
птица	648,5	35,3	10,7	65,6
Молоко	30420,2	99,6	х	109,3
Яйца, тыс. штук	57062	93,5	х	100,2

В январе 2016 г. по отношению к январю 2015 г. отмечено увеличение объема производства скота и птицы на убой (в живом весе) в сельскохозяйственных организациях, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, 7-ми муниципальных районов края (на долю которых приходилось 44,4% общекраевого объема производства), снижение объемов производства молока – 11-ти муниципальных районов (57,8%).

Реализация продукции. В январе 2016 г. по сравнению с январем 2015 г. увеличилась продажа сельскохозяйственными организациями скота и птицы (в живом весе), молока, снизилась продажа зерна и яиц. За январь 2016 г. реализовано 82,7 тыс. тонн зерна (99,6% к январю 2015 г.), 5,8 тыс. тонн скота и птицы (в живом весе) (103,4), 31,8 тыс. тонн молока (100,5), 49,1 млн штук яиц (86,6%).

По состоянию на 1 февраля 2016 г. иннервация скота кормами в расчете на одну условную голову скота в сельскохозяйственных организациях, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, была ниже на 18,7%, чем на 1 февраля 2015 г. [1]

Но, в частности, Российское производство кормовых добавок, премиксов, БМВК не покрывает внутренний спрос в достаточном объеме. Импортные кормовые добавки поступают преимущественно из европейских стран: около трети было ввезено из Нидерландов, далее следует Литва, Германия, Франция, Бельгия, Венгрия и другие.

Таблица 2 - Наличие кормов в сельскохозяйственных организациях края

	На 1 февраля	
	2016 г.	2015 г.
Наличие кормов, тыс. тонн кормовых единиц	400,3	459,0
в том числе концентрированных	197,0	223,8
В расчете на 1 условную голову скота, центнеров кормовых единиц	12,8	15,7

По оценке президента Союза комбикормщиков В. Афанасьева, у российского рынка кормов имеются значительные шансы перейти на полную самообеспеченность кормовыми добавками, т.к. агропроизводственной силы для этого предостаточно, и такая инициатива внесена в правительство, но пока не нашла безусловной протекции в этом вопросе от специалистов отрасли [2].

Отечественные фермеры с оптимизмом наблюдают за внутренним рынком кормов, однако подчеркивают: российских витаминов, ферментов, минералов для производства премиксов, концентратов, начального корма все еще остро не достает. Производители невольно вынуждены приобретать за рубежом эти ингредиенты.

Как бы то ни было, формирование сегмента с учетом обстоятельств эмбарго сделает свое дело. Специалисты убеждены: программа импортозамещения в отрасли действует, и в недалекой перспективе конкуренция на рынке кормов для животных и птиц только возрастет, а следовательно, и ситуация с импортными компонентами преобразится.

Список литературы:

1. Данные из официальной статистики http://www.krasstat.gks.ru
2. Материалы IX Международной конференции «Комбикорма - 2015», электронный журнал «Комбикорма» №7-8 2015 г.
3. Материалы конференции "Russian Feed Industry-2015. Индустрия комбикормов-драйвер российского животноводства", сайт DairyNews.ru

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА ПРИ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ НА РЫНКЕ

Князев Д.С.

Научный руководитель: Юшкова Л.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Менеджеры предприятий не редкоутверждают, что, функционируя в условиях рынка, они досконально знают слабые и сильные стороны своих конкурентов и что им незачем постоянно следить за ситуацией на рынке. Это в корне неверно. Из-за того, что конкурентнаяпозицияфирмыне устанавливается, по прошествии некоторого периода временивозможносокращение объемов продаж. В данной ситуации, по обыкновению, руководство пытается увеличить объемы выручки путем поиска неосвоенных, новых рынков сбыта, не осознавая, что услуга находится на стадии спада жизненного цикла, по причине развития технологии или нахождения нового более дешевого варианта у конкурентов. Все это доказываетпотребностьнепрерывного мониторинга отрасли и комплексного изучениянконкурентного положения предприятия.

Таблица 1 – Число турпакетов, реализованных населению в разрезе федерального и регионального уровней

Число турпакетов, реализованных населению (единиц)		2012	2013	2014
Всего	Российская Федерация	4 762 844	5 384 028	4 384 083
	Сибирский федеральный округ	725 665	829 736	605 171
	Красноярский край	67 610	78 459	61 407
Гражданам России по зарубежным странам	Российская Федерация	3 737 682	4 239 548	3 252 825
	Сибирский федеральный округ	585 509	688 665	472 797
	Красноярский край	50 196	59 397	49 223
Гражданам России по территории России	Российская Федерация	904 634	969 491	991 752
	Сибирский федеральный округ	125 688	129 593	119 350
	Красноярский край	17 408	18 999	12 036

Проанализировав данную таблицу, можем сделать вывод об общем снижении реализации числа турпакетов в 2014 году по отношению к предыдущим 2012 и 2013 годам. Конкретно по Красноярскому краю общий объем сбыта понизился на 9,2%.[1]

Проанализируем конкурентное положение туристической фирмы «Два солнца». Организация осуществляет свою деятельность на рынке Красноярска с 2002 года. Имеет представительство только в одной точке без филиалов и других офисов.Данная турфирма является пионером края в части освоения границы с Китайской Народной Республикой через пограничный пункт Турий Рог, по направлениям в город Суйфуньхэ, Муданьзян, Харбин. При этом следует отметить, что осуществляются не только шоп-туры, а в основном, экскурсионно-познавательные маршруты. Систематически реализуются специальные программы в г. Цзи-Си для преподавателей, студентов и школьников, предусматривающих знакомство и практические занятия в учреждениях среднего и высшего образования.

Оценивая конкурентную позицию фирмы, обратимся к методике расчета конкурентного положения компании относительно ключевых факторов успеха (далее КФУ) на рынке города.[2] Для этого, воспользовавшись экспертным мнением в лице директора компании, выделим КФУ:

— Быстрая адаптация набора туров и направлений, услуг и пакетов дополнительных опций под изменяющейся потребительский спрос;

— Качество оказываемой услуги и имидж компании (бренд);

— Продажи туров через Интернет и возможность ознакомления со всеми турами на официальном сайте;

— Эффективное сотрудничество между потребителем и менеджерами (консультации в нерабочее время, возможность выезда к потребителю на дом или рабочее место), это позволяет не только улучшать сервис, но и обеспечивать качество обратной связи;

— Рассылка рекламы по почте (то есть при поступлении новых туров, рассылается объявления на почтовые ящики клиентов компании);

— Широкий пакет услуг, включенных в тур, либо дополнительно оплаченных (организация свадеб, празднеств и семинаров за границей), а так же возможность оказания любой, даже самой изощренной услуги (личный гид, поиск компании по путешествию и т.д.).

Учитывая выбранные КФУ, проанализируем конкурентное положение ООО «Два солнца» относительно ближайших конкурентов, которые рассматриваются руководством компании как наиболее важные по территориальному признаку, относительно равной доле рынка и набора оказываемых услуг.

Таблица 2 – Оценка конкурентной позиции ООО «Два солнца» относительно прямых конкурентов

Направления оценки	(1-8)	Два солнца		Вояж		Терра-тур	
1. Количество поставщиков	8	4	32	4	32	4	32
2. Качество рекламной кампании	6	3	18	4	24	4	24
3. Продажи через Интернет	4	4	16	3	12	5	20
4. Возможность выезда агента на дом	1	5	5	3	3	4	4
5. Рассылка рекламы/объявл.	3	4	12	3	9	4	12
6. Наличие рассрочки и кредита	5	4	20	4	20	3	15
7. Страхование тура	2	4	8	3	6	5	10
8. Система мотивации потребительского спроса (акции, скидки, накопительные системы)	7	3	21	2	14	5	35
Итого			132		120		152

Как видно из представленных расчетов, относительно прямых конкурентов ООО «Два солнца» занимает второе место, проигрывая по показателям качества рекламной кампании (сформировавшийся бренд на рынке), и системе мотивации потребительского спроса, то есть неэффективная система скидок, а точнее сказать их отсутствие.

Таким образом, оценка конкурентного положения фирмы с помощью КФУ показала ряд преимуществ организации, а так же ряд недостатков, которые оказывают влияние на эффективность работы компании.В целом, можно сказать, что компания является достаточно серьезным игроком на красноярском рынке туристических услуг и дальнейшее развитие организации возможно в силу потенциала, сформировавшегося за счет сильных сторон внутренней среды организации.

Список литературы:

1. Данные из официальной статистики http://www.krasstat.gks.ru
2. Эткинсон Д. Уйлсон Й. Стратегический маркетинг Москва, «ЮНИТИ», 2010г.

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА АУТСОРСИНГА

Кубрак М.В., Леонов С.Н.

Научный руководитель: ст.преподаватель Бордаченко Н.С.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В условиях жесткой конкуренции выживают и добиваются успеха те компании, которые ведут свой бизнес наиболее эффективным способом, привлекая более квалифицированных исполнителей. В условиях рынка от предприятия требуется глубокая специализация в той или иной сфере деятельности [1].

Не все организации могут позволить себе держать в штате профессиональных бухгалтеров, юристов, менеджеров по управлению персонала, IT-менеджеров и т.д., особенно это касается представителей малого и среднего бизнеса. Тем не менее, каждый руководитель понимает, что ведение бухучета, юридическое сопровождение бизнеса, управление персоналом, наличие IT-инфраструктуры и отдела маркетинга жизненно необходим компании для успешного функционирования и развития [2]. На сегодняшний день более выгодным с финансовой точки зрения становится передача части функций предприятия стороннему исполнителю.

Одним из наиболее современных и успешных бизнес-моделей, позволяющих добиться конкурентных преимуществ и оптимизации, является выведение бизнес-функций на аутсорсинг (от англ. outsourcing – использование чужих ресурсов) [4]. Это новое явление для российской действительности, пришедшее из зарубежной деловой практики.

Аутсорсинг представляет собой передачу тех или иных функций предприятия внешним исполнителям, специализирующимся в конкретной области, которые обладают знаниями, опытом и техническим оснащением [3]. Он помогает компаниям развиваться на рынке, при этом сокращая свои издержки, быстрее адаптироваться к условиям внешней среды, повысить качество продукции и услуг, уменьшить финансовые риски. Применяя аутсорсинг, компания-заказчик получает возможность сосредоточиться на тех бизнес-процессах, которые свойственны именно ей.

Наиболее востребованы услуги аутсорсинга в области IT, бухгалтерии, подбора кадров, маркетинга, юридического обслуживания и аудита.

Потребность не только в одном виде аутсорсинга появляется у многих компаний в силу необходимости разрешения каких-либо ситуаций, возникающих в процессе деятельности. Комплекс аутсорсинга будет включать в себя бухгалтерский и налоговый учет, юридическое обслуживание, управление персоналом, маркетинг и IT-инфраструктуру. Предлагая весь комплекс аутсорсинга, организация-заказчик избегает множества рисков и экономит не только денежные средства, но и время.

Комплекс аутсорсинга имеет следующие преимущества:

- уменьшение затрат на содержание штатных сотрудников;
- профессионализм специалистов организации-исполнителя;
- финансовые и юридические гарантии;
- принятия правильных управленческих и хозяйственных решений, за счет изучения спроса на рынке;
- подбор квалификационного персонала;
- внедрение новых систем в ПО и аудит IT-инфраструктуры;
- профессиональная круглосуточная онлайн-консультация.

Стоимость услуг зависит от многих факторов:

- от количества штатных работников фирмы;
- от количества хозяйственных операций;
- от применяемой формы налогообложения.

Таким образом, клиент, использующий весь комплекс аутсорсинга, выигрывает вдвойне. Во-первых, экономит свои деньги, сокращая затраты на оплату труда сотрудников, организацию их рабочего места, налоги, оборудование. Во-вторых, оперативно получает профессиональную помощь и результат выполненной работы в пределах срока. Договор аутсорсинга дает право заказчику получить желаемую услугу, выполненную на высоком профессиональном уровне и во многих случаях с обеспечением материальной ответственности аутсорсера за качество их выполнения. Именно поэтому многие организации хотят получать весь комплекс услуг.

Если рассматривать сферу услуг B2B, то комплекс аутсорсинга будет одной из наиболее привлекательных и перспективных услуг. Сейчас весь комплекс аутсорсинга все более востребован среди крупных и серьезных компаний, которые, пользуясь этими услугами, получают гарантированно качественное обслуживание и экономят свои средства.

Успешный аутсорсинг – это грамотное использование знаний, опыта и технологий плюс совместная работа в команде с заказчиком.

Список литературы:

1. Форд М. Технологии, которые изменят мир / М. Форд – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

2. Дж. Брайан Хейвуд. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж. Брайан Хейвуд – М.: Вильямс, 2004.

3. Филина Ф.Н. Аутсорсинг бизнес-процессов. Проблемы и решения – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008.

4.Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая – Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009.

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДОВ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ

Лукьянчук Ю.О.

Научный руководитель: к.э.н, доцент Карелин О.И

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Маркетинг территории- это маркетинг в интересах территории, её внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория. Он может быть рассмотрен как маркетинг территории или как маркетинг на территории"; "маркетинг территорий- маркетинг, рассматривающий в качестве объекта внимания и продвижения территорию в целом, осуществляемый как внутри, так и за её пределами, и нацеленный на создание, развитие, эффективное продвижение и использование конкурентных преимуществ данной территории в её интересах, в интересах её внутренних, а также тех внешних субъектов, в сотрудничестве с которыми она заинтересована"; "маркетинг на (внутри) территории- аспект понимания термина "территориальный маркетинг", обозначающий уровень и конкретные характеристики развития маркетинговых отношений субъектов внутри территории по поводу конкретных товаров и услуг.

Маркетинг территории занимает сейчас очень значимое место, территории конкурируют между собой за лучшие показатели в различных направлениях. Каждая территория стремится быть лучшей, но для того, чтобы быть лучшей, нужно знать свои преимущества и недостатки, чтобы в дальнейшем сделать упор на слабые стороны. Для этого нужно оценить привлекательность территории, существует множество методов, оценивающих привлекательность территории по разным параметрам. Следует разобраться в чем их сходство, а в чем различие и какой метод наиболее четко показывает недостатки и преимущества территории.

Важнейшими среди инструментов маркетингового анализа являются методы, традиционные для маркетинга: SWOT-анализ, анализ целевых рынков и позиционирование территорий.

Первичные данные о состоянии и динамике, тенденциях развития территорий можно получить с помощью индикаторов, индексов, рейтингов.

Индикаторы — это ряды статистических данных, которые подобраны специально по какой-либо проблеме и указывают на пути ее решения. Индикаторы обычно являются обобщенными показателями и четко определяют цели. Индикаторы — это переменные величины или функции от нескольких переменных величин, отражающие реальные изменения, происходящие во времени. Используя ряд индикаторов, можно выделить и формализовать проблему, дать комплексное представление о предмете исследования. Индикаторы становятся все более распространенным компонентом управления территориями во всем мире.

Один из самых высоких слоев информации комплексного, интегративного характера представляют собой индексы, такие, например, как индекс потребительских цен, индекс уровня человеческого развития. В любом индексе различные индикаторы комбинируются в единый числовой показатель (часто — с различными удельными весами, коэффициентами значимости), используемый для сравнения явлений независимо от времени и места их нахождения.

Наряду с индикаторами целесообразно выделить формируемый на их основе еще один слой информации, содержащий рейтинги — формализованные чаще всего в виде шкал инструменты сопоставления ряда анализируемых объектов по определенным интегральным характеристикам (прежде всего индексам, а также индикаторам. Рейтинги создаются обычно имеющими общественное признание экспертными социальными институтами, регулярно публикуются и обновляются. Они

позволяют субъектам принятия решения осуществлять выбор между различными охарактеризованными объектами, в отношении тех или иных действий. Рейтинги территорий служат ориентирами для широкой общественности при принятии тех или иных решений.

SWOT-анализ предполагает в качестве результата своего применения создание матрицы анализа условий жизнедеятельности системы, которую также называют матрицей анализа имеющихся достоинств/недостатков, будущих возможностей/опасностей, по сравнению с конкурентами. На ее базе дается комплексная оценка текущего состояния территории, ее конкурентоспособности.

Исследование целевых рынков. В основе этого исследования находится изучение рыночного спроса- общего объема продаж значимого для территории товара, услуги (совокупности товаров и услуг, отвечающих определенной потребности) в определенный период времени на определенной территории — как данной, так и другой, интересующей данную территорию.

Если речь идет о внешних рынках, достаточно удаленных по основным характеристикам от данной территории, то анализу подлежат факторы, характеризующие экономическую, природную, научно-техническую, политическую и культурную среду рынка. На величину спроса оказывают влияние как факторы внешней среды, не контролируемые территорией, так и факторы, представляющие собой совокупность маркетинговых усилий, прилагаемых на рынке конкурирующими фирмами, посредниками и, разумеется, поведение потребителей.

Позиционирование территории — это первое стратегическое решение, базирующееся на результатах SWOT-анализа, исследованиях целевых рынков и использовании других инструментов переработки маркетинговой информации о состоянии окружающей рыночной среды и факторах, воздействующих на перспективы развития территории. Цель позиционирования — выбор наиболее выгодных целевых сегментов рынка и определение направлений развития от нынешних к желаемым конкурентным позициям товаров и услуг территории как внутри ее, так и за ее пределами.[1]

По И. Н. Мельнику, для того чтобы оценить маркетинг территории, необходимо определить следующие позиции, заданные в виде вопросов респондентам:

- оценка уровня жизни в регионе по сравнению с регионами-лидерами, с соседними регионами;
- оценка динамики изменений в регионе (положительная или отрицательная);
- оценка работы представителей региональной и федеральной власти;
- основные характеристики региона;
- основные характеристики личности руководителя региона;
- набор суждений, с которыми респондент должен выразить согласие или несогласие (например: я ни за что не уеду из города N и т. п.);
- вопросы о самоидентификации жителей региона.

Графической моделью оценки общего имиджа служит энниа-грамма.

Преимуществом данной методики оценки является возможность оценить имидж региона с точки зрения всех возможных целевых групп. Достаточно грамотно составить выборку исследования. Методом простого сравнения результатов среди разных целевых групп можно выбрать наиболее привлекательный для нас сегмент.

Другой исследователь, В.Н Кирдин, так называет параметры, определяющий общий имидж региона:

− качество жизни- наличие жилья для различных социальных групп населения, социальные услуги, качество продуктов питания, сооружения для отдыха, уровень и доступность образования, лечения;

− кадровые ресурсы- подготовка, повышение квалификации, адаптация к новым условиям и требованиям;

− инфраструктура- транспорт, связь, средства передачи данных, гостиницы, бытовые услуги и пр.;

− высокие технологии- способность территории развивать и поддерживать высокотехнологические отрасли, обновлять существующую базу;

− капитал- финансы, сконцентрированные на территории в виде собственных и привлеченных средств;

− контролирующие органы- рациональность, мобильность, эффективность, честность, отсутствие бюрократизма;

− инфраструктура бизнеса- доступность и уровень услуг в области консалтинга, аудита, рекламы, права, информации, паблик рилейшнз, институциональные условия осуществления сделок с титулами собственности;

− власть (администрация)- команда личностей, компетентность членов команды, нестандартность идей, стиль принятия решений, прозрачность законотворчества, отношение к социальным проблемам и т.д.

Третий метод оценки привлекательности территории предлагает известный во всем мире специалист по оценке брендов территории Саймон Анхольт. Его индекс привлекательности территории был разработан как для стран, так для регионов и городов. Приведем пример модели для городских поселений.

Категории 1) Международное значение.

Респондентов спрашивают о международном статусе городов, насколько они знакомы с каждым из предлагаемых на выбор(более 60), посещали ли они эти города, чем эти города знамениты.

Также их спрашивали, имеет ли город значительный вклад в мировую экономику, культуру, науку и т.д.

2) Местоположение. В этой категории участники исследования оценивали красоту городов, их климатические условия, а также общие впечатления от пребывания в том или ином мегаполисе.

3) Потенциал. Данная категория включала вопросы об экономических и образовательных возможностяхдля гостей города, эмигрантов, бизнесменов. В ходе опроса респондентам предлагалось ответить, в каком из городов они предпочли бы вести свой бизнес, а в каком из них они могли бы найти адекватную работук или какой мз городов был наиболее хорошо для того, чтобы респонденты или члены их семьи смогли получить хорошее высшее образование.

4) Ритм. Вопросы этой категории были призваны выяснить, насколько интересным кажется респондентам тот или иной город, есть ли в нем чем заняться и каково разнообразие этих занятий, насколько динамична жизнь в городе.

5) Люди. В данной категории участники опроса оценивали доброжелательность жителей города по отношению к приезжим, а также безопасность и легкость адаптации(как легко им встроиться в общность людей, оценить тяжести, которые могли бы возникнуть при непонимании языка, культуры) в том или ином мегаполисе.

6) Условия. Необходимые условия для жизни в городе: как люди воспринимают жизнь в городе, считают ли они, что смогут найти хорошее жилье, что их жизнь в городе будет приносить им удовлетворение, ну и как они относятся к качеству и количеству наличествующей “публичной” инфраструктуре(школы, больницы, общественный транспорт, спортивные секции) и т.д.[2]

Рассмотрев все методы привлекательности территории следует их проанализировать и выявить недостатки и преимущества каждого.

Таблица 1 - Методы оценки привлекательности территории

Методы	Преимущества	Недостатки
Метод И.Н. Мельника	быстрота	Неточность результатов Недостаточность критериев по которым следует оценивать привлекательность территории.
Метод В.Н Кирдина	Более полный перечень критериев для оценки привлекательности территории	Задействованы не все составляющие по которым следует оценивать привлекательность территории
Метод Саймона Анхольта	Метод разработан как для стран, так для регионов и городов Вопросы представлены так, что респонденты с интересом отвечают на них.	Также рассмотрены не все сферы, которые влияют на привлекательность региона.

По мнению автора, ни один из представленных методов не претендует на серьёзную систему оценки, поскольку уровень операционных критериев оценки до конкретных статистических параметров оставляет желать лучшего. Например, такие критерии, “как качество жизни”, “уровень развития капитала” широки для интерпретации. Качество жизни имеет множество систем оценки, под капиталом можно понимать не только финансовый, но и человеческий, социальный, институциональный, инновационный. Все эти методы требуют конкретики, новых разработок в области оценки, иных статистических индикаторов и более полного и широкого набора критериев, захватывающего все сферы, влияющие на привлекательность территории.

Список литературы:

1.Панкрухин А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин. - 2-е изд.СПб.: Питер, 2006. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: стратегические решения для регионов и городов. [Электронный ресурс]. 2010. - Режим доступа: http//www.koism.rags.ru/

2.Полякова, Т. В. Методологические основы территориального маркетинга/ Т. В. Полякова, В. Н. Поляков// Изв. ВолгГТУ: межвуз. сб. науч. ст. № 13/ ВолгГТУ. – Волгоград, 2010. – С. 108–112 (Серия "Актуальные про- блемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)". Вып. 10). (0,4 п.л. авт.).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ

Лукьянчук Ю.О.

Научный руководитель: к.э.н, доцент Карелин О.И

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современных, зарубежных и отечественных публикациях, посвященных проблемам маркетинга территории, исследования в области теории маркетинга территории- явление крайне редкое. Но практика не может существовать без теории. В определенное время действие законов эволюции приведет к качественным усложнениям реальности и потребуются теоретические разработки для их объяснения и разрешения.

Рассмотрим понятие маркетинг территории как симбиоз двух понятий- маркетинга и территории. Термин “маркетинг” укоренился в американском варианте английского языка примерно в 1910 г. Как агломерат двух слов “market getting” что в переводе на русский язык означает овладение рынков. И действительно маркетинг предполагает существование рынка как целостной системы принципов, методов и средств по продвижению товаров, работ или услуг от производителя к потребителю, служит развитию рыночной коньюктуры и способствует интенсификации спроса и предложения. Термин “территория” (лат. territories) используется для обозначения части поверхности земного шара, а также внеземного пространства с определенными границами и имеющими тот или иной юридический статус.[1]

Первыми в России (1994г) сформулировавшими определение понятия “маркетинг территории”,были А.М. Лаврова и В.С Сурнин, которые рассматривали маркетинг территории как элемент системы рыночных отношений, спроецированный не на микроуровень, а на мезоуровень. Е.П Голубков определяет маркетинг территории как маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория. Ричард Флорида определяет маркетинг территорий как разновидность геомаркетинга или маркетинг, осуществляемый в целях формирования и воспроизводства спроса на пространственно-распределительный объект, находящимся в конкретном месте(местности). Т.В Сачук рассматривает под маркетингом территорий ряд технических методов, навыков, действий, реализация которых позволит с достаточной степенью успешности “продать” заинтересованным лицам конкретные характеристики территории.[5]

В настоящее время среди ученых нет единого мнения по поводу определения понятия «маркетинг территорий».

Так, одни авторы утверждают, что маркетинг территории- это маркетинг, рассматривающий в качестве объекта продвижения территорию в целом, как внутри неё, так и за ее пределами и нацеленный на создание, развитие, выделение и эффективное продвижение и использование конкурентных преимуществ определённой территории в её интересах, как субъекта. Недостатком данного определения, помимо того, что оно раскрывается через составную его часть, что само по себе лишает его научной ценности, является также отсутствие конкретики по поводу того, что такое “конкурентное преимущество определенной территории”, что не позволяет выделить конкретные цели и задачи данного направления.

По мнению других авторов, данное понятия определяется как набор инструментов (схожий с обычным маркетингом, но и имеющий свои собственные): выделение конкурентных преимуществ, выделение специализации, определение социальной среды, комплекс маркетинга, продвижение, налоговые преференции и другое. По нашему мнению, недостатком последнего определения является то, что понятие «маркетинг территорий» раскрывается через статичный набор инструментов, хотя очевидно, что маркетинг представляет собой процесс – активную деятельность.

Некоторые рассматривают маркетинг территорий, как способ применения прежде всего таких маркетинговых инструментов, как реклама, средства продвижения и привлечения спонсоров в целях повышения известности и улучшения имиджа территории. Другие, в основном представители

государственных органов, понимают данный вид маркетинга как функцию, совокупность обязанностей, для выполнения которых они назначают ответственное лицо в администрации или даже образуют специальное подразделение, которое проводит территориальный маркетинг.[4]

Вместе с тем, как справедливо считают некоторые специалисты, правильнее было бы понимать под территориальным маркетингом следующее – теорию, требующую ориентации всей системы власти и менеджмента на потребности целевых групп потребителей товаров и услуг территории. Не один отдел администрации или специальное предприятие, а все отвечающие за судьбу региона должны ориентироваться на потребности клиентов и целевые группы, а также на создание лучших по сравнению с другими территориями конкурентных преимуществ для пользы клиентов.[2]

По нашему мнению более полно и подробно определению маркетинг территории на данный момент среди всех авторов дает А.П Панкрухин.

Сначала он рассматривал только категорию “маркетинг территории” и подчеркивал, что объектом внимания этой категории является территория в целом, и маркетинг осуществляется, как внутри так и за её пределами.

В монографии, изданной позднее, А.П Панкрухин несколько изменил и дал следующие определения: “Территориальный маркетинг- это маркетинг в интересах территории, её внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория. Он может быть рассмотрен как маркетинг территории или как маркетинг на территории”; “маркетинг территорий- маркетинг, рассматривающий в качестве объекта внимания и продвижения территорию в целом, осуществляемый как внутри, так и за её пределами, и нацеленный на создание, развитие, эффективное продвижение и использование конкурентных преимуществ данной территории в её интересах, в интересах её внутренних, а также тех внешних субъектов, в сотрудничестве с которыми она заинтересована”; “маркетинг на (внутри) территории- аспект понимания термина “территориальный маркетинг”, обозначающий уровень и конкретные характеристики развития маркетинговых отношений субъектов внутри территории по поводу конкретных товаров и услуг.”

Для термина “территориальный маркетинг” характерны принципы масштабируемости, то есть возможность применять методы и принципы классического маркетинга применительно к любой административно-территориальной единице- город, область, регион, страна.

Территориальный маркетинг может быть двух видов: внутренний маркетинг территории и внешний маркетинг территории. Под внутренним маркетингом территории подразумевается совокупность действий, направленных на удовлетворение нужд и потребностей субъектов территории, регулирование внтуритерриториальных рыночных отношений, создание благоприятных экономических условий для внутренних потребителей.[3]

Внешний маркетинг территории, в нашем представлении, - совокупность действий направленных на расширение внешних рынков территориального продукта, повышение уровня притягательности для внешних потребителей, формирование и поддержание благоприятного имиджа, повышение уровня значимости территориального продукта для внешних потребителей. При этом необходимо учитывать структуру субъектов маркетинга и их значимость в зависимости от характеристик территории. Внешняя и внутренняя направленность территориального маркетинга являются составными частями некоего целого и не могут рассматриваться как отдельные направления, так как удовлетворенность внутреннего потребителя, заинтересованность предприятий, находящихся на данной территории, продолжать свою деятельность и тем самым развивать экономически- значимые для территории сферы деятельности, приводит к формированию благоприятного имиджа, что в свою очередь способствует повышению заинтересованности к данной территории у субъектов, внешних по отношению к ней.

Маркетинг территории не может существовать без определенных составляющих.

Четырьмя "китами" маркетинга территорий выступают:

1) Территориальный продукт - ассортимент, количество и качество ресурсов территории, востребуемых ее потребителями: ее географическое положение, население (персонал), качество жизни, инфраструктура, способность работать с высокими технологиями, сырьевые ресурсы, уровень деловой активности, доступ к "дешевым" деньгам, уровень развития сферы поддержки бизнеса, рекламного рынка, аудита, public relations и т.д.

2) Цена территориального продукта - это затраты, которые несут потребители территории. Для жителей это стоимость жизни, уровень доходов и социальных льгот, стоимость конкретных товаров и услуг на территории; для туристов - стоимость путевок, величина суточных карманных расходов; для корпоративных потребителей на предварительном этапе - это транспортные расходы,

питание и проживание групп экспертов и руководителей компании, время и усилия, нужные для получения необходимой информации, стоимость проекта в части стройматериалов и оборудования, подготовка площадки, строительство и т.д. Особую роль играют налоговые льготы и освобождения, правила раздела продукции и вывоза прибыли и др., а также степень комфортности пребывания компании в городе;

3) Размещение, распределение территориального продукта - материальных ресурсов, кадров либо потребителей, высокоинтеллектуального потенциала, возможность современных информационных технологий, сетевых и виртуальных организационных структур;

4) Продвижение территории - это, прежде всего, рекламная и PR-кампании, включая определение адресатов и каналов продвижения информации, ее оптимальных форм, носителей, объемов, временных режимов ее предъявления.[3]

Рассмотрев с разных точек зрения определение маркетинг территории можно сформулировать авторское определение. Маркетинг территории – это специализированная, осознанная деятельность, направленная на улучшение имиджа территории, то есть качества, уровня жизни населения, природных, материально-технических, финансовых, трудовых и социальных ресурсов как на территории(внутри), так и за её пределами, относительно других субъектов.

Список литературы:

1. Голубков, Е. П. Маркетинг как концепция рыночного управления // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 2. – С. 95

2. Ричард Флорида. Креативный класс: люди, которые меняют будущее // Классика XXI. – 2007. – С. 10.

3.Панкрухин А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин. - 2-е изд.

СПб.: Питер, 2006. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий: стратегические решения для регионов и городов. [Электронный ресурс]. 2010. - Режим доступа: http//www.koism.rags.ru/

4.Полякова, Т. В. Методологические основы территориального

маркетинга/ Т. В. Полякова, В. Н. Поляков// Изв. ВолгГТУ: межвуз. сб. науч. ст. № 13/ ВолгГТУ. – Волгоград, 2010. – С. 108–112 (Серия "Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, пер- спектива)". Вып. 10). (0,4 п.л. авт.)

5. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг. – Санкт-Петербург, 2009. – 368 с

ВНУТРИФИРМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лучинкина М.А.

Научный руководитель: ассистент Семина А.О.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Компания общество с ограниченной ответственностью «NewVision» в соответствии с регистрационными документами фирма занимается производством общестроительных работ. В перечень услуг, которые оказывает фирма «НВ» входит:

-производство строительных работ;

-производство электромонтажных работ;

-розничная торговля бытовыми электротоварами;

-монтаж инженерного оборудования;

-производство санитарно-технических работ;

-оптовая торговля бытовыми электротоварами, радио-итеплоаппаратурой.

На основании технико-экономических показателей за период 2014-2015г мы можем сделать следующие выводы:

1.Объем выручки в 2015 году по сравнению с 2014 увеличился на 10,7%.

2.Среднегодовая заработная плата постепенно увеличивается, так же увеличился фонд заработной платы в 2015 году на 8,0%;

Динамику всех технико-экономических показателей ООО «НВ» за анализируемый период можно охарактеризовать, как положительную.

Внутрифирменный или внутренний маркетинг предприятия - это технология определения согласованного взаимоотношения между подразделениями и всеобщими специалистами внутри фирмы на основе взаимодействия покупателя и клиента на рынке в соответствии с концепцией маркетинга.[2]

Потребность в технологии внутреннего маркетинга начинается в тот момент, когда в отношении внешних потребителей, не принимая во внимание мотивацию и настроения сотрудников данной компании, перестает приносить плоды. Внедрение технологии начинается с опроса

сотрудников об их удовлетворенности заработной платой, а так же условиями труда. Данная тема актуальна для больших фирм, но и в маленьких фирмах, где каждый сотрудник может ответить на любые вопросы задаваемые потребителем это необходимо[1].

Почти каждое предприятие, когда то было небольшой организацией, в которой не происходило разделения труда. По мере роста организации появляются специалисты, отвечающие за определенные вопросы, потом появляются отделы, специализирующиеся на определенных сегментах. Фирма превращается в более крупную компанию это естественный рост предприятий. Компания развивается, укрепляется на рынке, имеет большие шансы, зациклится на себе, своих действиях и своей эффективности. Каждая компания должна осознавать, что она не может существовать без главного аспекта это клиенты. В этом заключается основной смысл маркетинга.

ООО «NewVision» - организация со стабильно растущими экономическими показателями, но распределение работы и обработка заказов клиентов не доведена до идеально отлаженной системы. Звонки с заказами поступают на телефон менеджера либо на личные телефоны работников. В связи с тем, что сотрудники и менеджер компании согласовывают рабочие нюансы исключительно при встречах на собраниях, менеджер в силу неосведомленности о новых заявках, которые поступают на личные телефоны, не может знать о загрузке всех работников. Она может давать текущие заказы всему персоналу в порядке очередности. Отсюда возникает проблема неравномерности нагрузки на каждого рабочего. Чтобы решить эту проблему необходимо наладить хорошую коммуникативную связь между всем персоналом.

Таким образом, внутрифирменный маркетинг играет важную роль в организации. Психологические аспекты, действующие на удовлетворенность штата, является отправным пунктом внутреннего маркетинга[3]. Согласованность действий между отделами предприятия, и грамотное мотивирование сотрудников со стороны руководства, в свою очередь оказывает положительно влияние на экономические результаты деятельности фирмы. Удовлетворенность сотрудников будет положительно отображаться при работе с реальными и потенциальными клиентами ООО «New Vision». Расширение клиентской базы в свою очередь приведет к росту объемов продаж, следовательно, прибыль будет соразмерно увеличиваться.

Список литературы:

1. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2007. – 528 с.

2. Внутренний маркетинг для повышения конкурентоспособности организации / И. Неганова // Стандарты и качество. – 2007. – № 2. – С. 57–59.

3. Внутренний маркетинг как элемент рыночной ориентации организации / Ю.П. Соловьева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 6. – С. 3–8.

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Протас И.В.

Научный руководитель: к.т.н., профессор, Антамошкина О.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Развитие сельского хозяйства уступает развитию пищевой и перерабатывающей промышленности, применяющей импортное сырье, объем поставок, которое растет быстрее, чем внутреннее производство.

Основными причинами относительно медленного развития отрасли сельского хозяйства являются:

- неблагоприятные общие условия функционирования сельского хозяйства, прежде всего, неудовлетворительный уровень развития рыночной инфраструктуры, затрудняющий доступ сельскохозяйственных товаропроизводителей к рынкам финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, готовой продукции;
- низкие темпы структурно-технологической модернизации отрасли, обновления основных производственных фондов и воспроизводства природно-экологического потенциала;
- финансовая неустойчивость отрасли, обусловленная нестабильностью рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, недостаточным приростом частных инвестиций на развитие отрасли, слабым развитием страхования при производстве сельскохозяйственной продукции;

- дефицит квалифицированных кадров, вызванный низким уровнем качества жизни в сельской местности[2].

Основными проблемами сельскохозяйственных предприятий являются: спад производства, сокращение посевных площадей и поголовья скота, сокращение государственного финансирования, снижение покупательской способности потребителей сельскохозяйственной продукции, инфляция, удорожание кредитных ресурсов, рост неплатежей между предприятиями и диспаритет цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию[1].

Большинство перечисленных проблем являются структурными и касаются всех сельскохозяйственных предприятий. ОАО «Южный-2» не является исключением. Предприятию свойственны проблемы, перечисленные выше. Хозяйство занимается выращиванием таких культур как: зерновые, пшеница, овес, многолетние травы, так же предприятие выращивает КРС[3]. Валовый сбор зерновых – 9728 центнеров. Урожайность составила 12,2 ц\га, уменьшение к прошлому году составил 5944 центнера. Валовый надой молока составил 4987 центнеров. Уменьшение к уровню прошлого года составил 40 центнеров. Среднегодовое поголовье молодняка за 2015 год-187 головы. Приплода получено 224 голова общим весом 246 центнеров. Падеж составил 26 голов, снижение к уровню прошлого года на 34 головы. Фонд оплаты труда составил 4038 тыс. рублей, повышение к уровню прошлого года на 0,24%. Среднемесячная заработная плата 6471,15 рубля. За год отработано 102 тыс. человеко-часов. Как следствие вышесказанного у предприятия наблюдается снижение объёмов продаж, текучесть кадров, невозможности переработки собственной продукции.

Рассмотрим несколько вариантов решения проблем предприятия ОАО «Южный-2». Во-первых, увеличение площади посевов зерновых и кормовых культур. Во-вторых, обновление стада за счет приобретения молодняка мясных пород, что приведет к расширению ассортимента реализуемой продукции предприятия и увеличению прибыли. В-третьих, повысить мотивацию работников за счет роста заработной платы и предоставления молодым и иногородним работникам жилья, что приведет уменьшению текучести кадров и привлечению квалифицированных специалистов.

Список литературы:

1.Апкаева Е., Бондина Н. Резервы роста экономической эффективности сельхозпроизводства / Е. Апкаева, Н. Бондина // Экономика сельского хозяйства России. – 2007. - №1. – С. 33.

2.Бойко И.П. Проблемы устойчивости сельскохозяйственного производства/ И.П. Бойко. - Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1986. 168 с.

3. Костерин Е.М. Экономика сельскохозяйственного предприятия / Учебное пособие. – Пенза, РИО ПГСХА, 2001. – 282с.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Романенко Н.В.

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Каменская Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Под конкурентоспособностью молочной продукции понимается комплекс потребительских и ценовых характеристик товара, определяющих его успех на рынке, т.е. преимущество именно этойпродукции над другими в условиях большого количества товаров-конкурентов[1].

Комплекс конкурентоспособности молочных продуктов (как и любого товара) состоит из трех групп элементов: технических, экономических и социально-организационных[3].

Технические параметры самые жесткие. Смотря на них можно говорить о назначении товара, отнести его к определенному виду продукции. Это такие свойства, показывающие технико-конструкторские решения (например, в упаковке). К ним можно отнести стандарты, нормы, правила, законодательные акты, определяющие рамкихарактеристиктовара.

Но, конкурентоспособность ориентируется лишь на те свойства, которые представляют ощутимый интерес для потребителя и удовлетворяет эту потребность.

Превышение норм, стандартов и правил понижает конкурентоспособность продукта, увеличивая его цену, не улучшая с точки зрения потребителяценность товара, и является бесполезным.

Таким образом, покупатели молока, упакованного в пленку, считают качество такой упаковки вполне приемлемой, и не будут переплачивать за бесполезную для них упаковку в полиэтиленовую бутылку.

Чтобы охарактеризовать конкурентоспособность молочной продукции, необходимо понимать, что является главным для потребителей во время приобретенияпродукта.

Таблица 1- Элементы конкурентоспособности

Элементы	Общие параметры	Параметры для молочной продукции
Технические	Стандарты, нормы, эргономические показатели, технико-конструкторские решения	Вкус, объем упаковки, свежесть, ассортимент, дизайн упаковки
Экономические	Затраты по выпуску продукции, расходы на транспортировку, издержки	Коэффициент автоматизации, снижение издержек, использование современных методов корма скота
Социально-организационные	Учет социальной структуры, национальных особенностей, вкусов потребителей	Продвижение наиболее популярных товаров по жирности, способу изготовления, объему упаковки, цене

Оценка критериев покупателями показана в таблице 2.

Таблица 2-Потребительская оценка критериев

Критерий	Удельный вес, %
Вкус	27,93
Объём упаковки	5,76
Свежесть	28,24
Цена	23,48
Ассортимент	6,05
Дизайн упаковки	5,75
Известность торговой марки	7,43

Из технических параметров (вкус, объем упаковки, свежесть, ассортимент, дизайн упаковки) главной является свежесть.

Второе место за вкусом. Данные о вкусе только по молоку. Зимой конкурентоспособность молока по вкусу уменьшаетсяпо причине того, что молоко имеет вкус восстановленного.

Экономические параметры представлены величиной затрат на производство продукции: его стоимостью, издержками на транспортировку.

Для того, чтобы улучшить конкурентоспособности своихтоваров, производители пытаютсяуменьшатьиздержки на производствотовара и, снизить стоимость изготавливаемой молочнойпродукции.

Для молочного производства, сегодня актуально понижать издержки внедрением автоматики в производство, это позволит в разы сократить количество работников и существенно сократить фонд оплаты труда.

Также сократить издержки поможет правильный выбор кормовых смесей. При идеальном выборе корма скота, возможно увеличить надой до 30%. На сегодняшний день это направление хорошо изучено. Многие агрономы проводили научные работы по поиску идеальной кормовой смеси для скота.

Социально-организационные параметры – анализ социальной структуры потребителей, национальных особенностей в организации производства, сбыта, рекламы товара[2]. На предприятиипроизводится молоко, сметана,сливки,творог и творожные изделия, сухие молочные продукты, масло,кисломолочная продукция, десерты, сыры и мороженое.

Спрос на молочную продукцию стабилен. Большим спросом пользуется вся линейка молочной продукции, как давно имеющимися на рынке, так и новинок (спрос на молоко с живыми бифидобактериями активно увеличивается).

Летом спрос на молочную продукцию в торговых точках города падает на 12 – 17 %. Молочная продукция продается в каждомпродуктовом магазин, и в специализированных молочных магазинах.

В гастрономах29 % всех покупок приходятся молочныетовары, а в павильонах – 41 % покупок молочныхтоваров. Молочная продукция – продукция широкого потребления и пользуется спросом всех слоевобщества.

У молочных продуктов есть большой недостаток – их необходимо хранить в специальных

условиях. У большинства продукции маленький срок хранения.

Конкуренция на рынке молочной продукции очень высока. Данный вид производства не самый выгодный. Спрос на молочные товары выглядит следующим образом.

Цельномолочная продукция – 79 %

Сыры – 49 %

Мороженое – 47 %.

Масло животное – 31 %

Йогурты – 29 %

Майонез – 28 %

По данным опроса 69% покупателей - приобретают молоко чаще раза в неделю, при этом 29% приобретают молоко 2-3 раза в неделю, 25% - ежедневно, а 22% - один раз в неделю. В среднем опрошенные покупают молоко 1 раз в 6 дней.

По данным опроса, 71% опрошенныхпредпочитают пастеризованное молоко, а 19% выберут стерилизованное. Заметим, что в магазинахдоли пастеризованного и стерилизованного молока составляет, соответственно, 31 и 69%, а по данным опроса наблюдается зеркальная ситуация. Несоответствие результатов опроса и дистрибьюции объясняется тем, что припотребитель не видит разницы между пастеризованным и стерилизованным молоком. Производителям стерилизованного молока необходимо в рекламной кампании обратить внимание потребителей на различия между пастеризованным и стерилизованным молоком.

71% опрошенных, считают оптимальной цену пастеризованного молока – от 55 до 60 рублей за литр. Потребители стерилизованного молока разделились между ценой в 60-65 рублей за литр – таким образом ответили 25% респондентов, - и 65-70 рублей за литр - 23% опрошенных.

Список литературы:

1. Андрианов В.Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения. 2014. № 3. С. 47–49.

2. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. 11-е изд. СПб.: Питер, 2013. 287 с.

3. Якимчев А.А. Молочная отрасль Нижегородской области // Молочная промышленность. 2014. № 5. С. 43–45.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ

Спиридонова А.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современных условиях усиливающейся конкуренции на мировом и территориальных рынках формирование прибыли организации, наряду с другими задачами, становится более трудно достижимой. Число конкурентов растет ежегодно, также увеличиваютсяи потребности покупателей, причем потребитель сегодня более информирован, экономически раскован, в связи с чем более требователен к качеству продукции и услуг того или иного предприятия. Наиболее выпукло подобная тенденция складывается на рынке услуг общественного питания, характеризующегося разнообразием и форматов предприятий и видами предлагаемой кухни.

Конкурентная стратегия предполагает согласование различных направлений деятельности организации, на основе которого все предпринимаемые усилия служат последовательному укреплению позиции экономического агента на соответствующем рынке.Следует отметить, что в бизнес-литературе термин «конкурентная стратегия» часто подменяется терминами «стратегия конкурентного поведения» или «стратегия конкуренции», однако, суть от этого не меняется.

А.Д. Жмуд[2] пишет, что «…среди многочисленных подходов к определению стратегии, бытует мнение, что стратегия конкуренции сопоставима с планом боевых действий, поскольку бизнес имеет множество сходных характеристик с военными действиями. И если в общем понимании война – это война политиков, то конкурентная война - это борьба за потребителя с помощь образа товара, продвижения, сервиса, культуры обслуживания и др…»

Г.Л. Азоев[1] выделяетследующие конкурентные стратегии (рисунок 1), используя которые организация должна также учитывать и собственные особенности, в первую очередь это — характер роста рынка, структуру конкурентной среды и собственную конкурентную позицию. Стимулом для использования стратегии снижения себестоимости продукции является уменьшение ценовой нагрузки на экономного потребителя за счет эффекта масштаба.

Стратегия дифференциации основывается на специализации в производстве уникального товара, предоставлении особенной услуги в расчете на изысканные требования солидных покупателей.

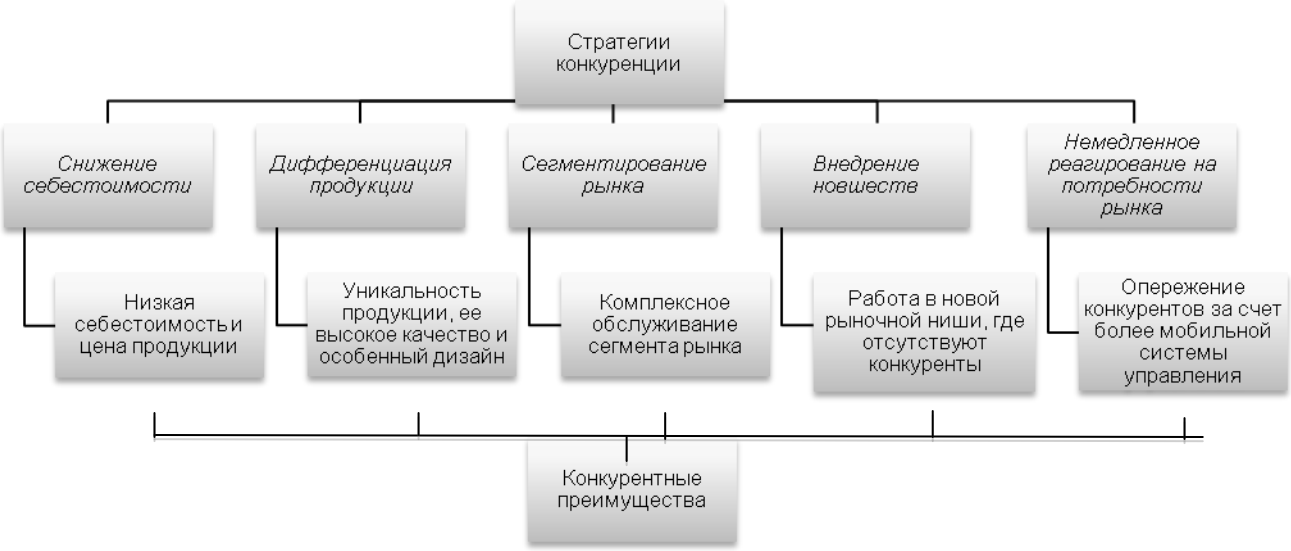


Рисунок 1 - Базовые стратегии конкуренции и конкурентные преимущества

Если представленные выше стратегии конкуренции основываются на обслуживании всего рынка, то стратегия сегментирования направлена на обеспечение преимуществ над конкурентами в нише, никем не занятой, конкурентам не интересной, либо не представляющей для них возможности для работы вследствие сложности доступа, сложности спроса, прочих барьерных ограничений.

Предприятия, придерживающиеся стратегии внедрения новшеств, сосредотачивают усилия на поиске радикальных инноваций, новых технологий. Такие компании продвигают научно-технический прогресс и провоцируют научно-технические революции. Главная цель — опередить конкурентов стратегическими инновациями, на которые способен интеллектуальный ресурс компании.

Предприятия, реализующие стратегию немедленного реагирования на потребности рынка, нацелены на максимально быстрое удовлетворение возникающих потребностей в различных областях бизнеса.

Таким образом, предприятие, имеющее ярко выраженный основной вид деятельности, как правило, реализует его с помощью одной из представленных выше стратегий конкуренции, однако это не означает невозможность или опасность следования двум или более стратегиям. Более того, практика показывает использование синектических и смешанных стратегий, где синергический эффект от их применения более ярко выражен и позволяет занять более выгодное положение в конкурентной борьбе. Главный критерий выбора стратегии – адаптация своих возможностей к конкретным условиям рынка ив этом смысле базовые стратегии конкуренции являются принципиальной, общеэкономической основой, на которой строится практика конкурентной деятельности фирмы.

Вслед за Львом Раменским А.Ю. Юданов[3]постулируетчетыре вида конкурентных стратегий, адаптированных от конкурентного поведения биологических систем к экономическим агентам: виолентная, патиентная, комутантная и эксплерентная (рисунок 2).

Рисунок 2 – Конкурентные стратегии А.Ю. Юданова

В результате можно отметить, что каждое предприятия на рынке уникально, и характеризуется только ей одной присущей совокупности стратегических направлений. Выбор той или иной стратегии диктуется определенными правилами и зависит от того, в рамках стандартного или специализированного бизнеса лежит рыночная ниша фирмы.

Рассмотрим использование конкурентной стратегии на примере деятельности красноярской сети пиццерий «PapaJohn’s». Наиболее влиятельными конкурентами ООО «PapaJohn's» являются компания «Перцы», «PizzaRosso» и «Королевство пиццы». Именно они являются основными производителями пиццы, которым отдают свои предпочтения потребители.Кроме того, данные конкуренты предлагают более низкий уровень цен, чем компания «PapaJohn's», осуществляя агрессивную ценовую политику. Предлагаемый ассортимент пицц можно распределить как по широте ассортимента (на дровах, итальянская, американская), так и по наполнителям (мясные, рыбные, сырные, вегетарианские, сладкие), при этом следует отметить наиболее широкий ассортимент пицц у компании «Белини групп» (сеть «Перцы»). Анализ профиля конкурентов показал, что наиболее сильным конкурентом, оказывающим влияние на деятельность компании «PapaJohn's» является компания «Перцы», а компания «PapaJohn's» характеризуется как «рыночный претендент на лидера», т.е. руководство анализируемого предприятия ведет конкурентную борьбу с самыми сильными лидерами в своем ценовом сегменте. Для данной компании характерна стратегия атаки на всех направлениях деятельности. Но, для достижения и удержания конкурентного преимущества в течение длительного времени, недостаточно иметь высокую операционную эффективность, нужна продуманная конкурентная стратегия развития своих отличительных качеств и уникальных компетенций. В этих целях была выбрана и разработана стратегия лидера и разработана программа мероприятий по ее реализации.

Для привлечения новой группы потребителей предложено производство и доставка нового вида пицц (сладких и фруктовых).

Для увеличения интенсивности использования продукта предложена разработка и реализация безадресной рассылки рекламных материалов о новинках и преимуществах продукции компании «PapaJohn’s».

Для применения стратегии мобильной защиты предложено открытие дополнительных мобильных точек продаж под названием «Мобильная пиццерия Папа Джонс».

Разработка и внедрение предложенной программы мероприятий потребует инвестиций в размере 7072580 руб.Рассчитанные показатели эффективности компании «PapaJohn’s» свидетельствуют о том, что предложенные мероприятия являются эффективными. Так, срок окупаемости предложенных мероприятий составляет 3 месяца и 2 дня, чистая приведенная стоимость со знаком «+» и равна 13534976 руб., высокое значение рентабельности вложенных инвестиций 316,2% говорит о том, что они используются достаточно эффективно.

Таким образом, стратегия конкуренции представляет собой стремление компании занять конкурентную рыночную позицию в отрасли и направлена на достижение устойчивой и выгодной позиции, позволяющей организации противостоять напору конкурентов.Организация, в соответствии с поставленными целями может выбрать ту или иную стратегию среди различных типовых конкурентных стратегий, направленных как на «разжигание» войны в отрасли, так и на поддержание существующей конкуренции. Однако, любая конкурентная стратегия содержит одно значительное положение – это минимизация влияния на деятельность компании, как со стороны конкурентов, так и контактной аудитории.

Список литературы:

1. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы // А.П. Челенков, Г.Л. Азоев. – М.: Новости. - 2010. – 252 с.

2. Кирилова, А.В. Конкурентоспособность в маркетинге. Учебное пособие / А.В. Кирилова. – г. Тюмень: ТГСА, 2011. – 67 с.

3. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие / А.Ю. Юданов. – 2010. – 142 с.

АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ К ФАКТОРАМ ВНЕШНЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ

Терентьев И.В.

Научный руководитель: к.т.н, профессор Антамошкина О.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Любая компания действует в условиях сложной, изменчивой маркетинговой среды. Если она хочет выжить, ей нужно производить и предлагать нечто имеющее ценную значимость для той или

иной группы потребителей. Посредством обмена компания возобновляет свои доходы и ресурсы, необходимые для продолжения существования.[2]

Компания должна быть уверена, что ее цели и товарный ассортимент постоянно сохраняют актуальность для конкретного рынка. Бдительные фирмы периодически пересматривают свои целевые, стратегические и тактические установки. Они полагаются на маркетинг как на основное комплексное средство наблюдения за рынком и приспособления к происходящим на нем переменам. Современному предприятию необходимо вовремя адаптироваться на изменения окружающей его маркетинговой среды.[1]

В качестве примера рассмотрим ООО Торговый Дом «Белорусский». Проблема предприятия– снижение объёмов продаж, слабый приток новых клиентов, отсутствие чётко сформулированной и обозначенной маркетинговой политики. Снабжение населения необходимой, специализированной, в том числе сельскохозяйственной техникой-важная задача для предприятия. ООО ТД «Белорусский» стремится удовлетворить потребность потребителей в такой технике и её постпродажном обслуживании. ООО ТД «Белорусский» имеет статус официального дилера у многих достаточно известных и крупных производителей тяжёлой и сельскохозяйственной техники(таких как Минский Тракторный Завод, Белагромаш, Алтайский завод автотракторного спецоборудования). Это даёт фирме определённые преимущества, так как далеко не все организации, занимающиеся схожей деятельностью, могут заявить о себе именно в статусе официального дилера.

Если говорить о финансовой ситуации на предприятии, то выручка в 2015 году снизилась на 9.3% по отношению к 2014 году, Убыток от продаж вырос почти на 50%, но положительную динамику имеют такие показатели как Нераспределённая прибыль(на 34% по отношению к 2014 году), так же выросли Прочие доходы(на 47% в 2015 году по отношению к 2014). Интересен так же показатель Чистая прибыль, он снизился на 26% в 2015 году. Это можно связать с финансовым кризисом в России, ослаблением национальной валюты и, как следствие, со снижением покупательской способности.

Среди недостатков существующей организационной структуры можно выделить следующее: отсутствует должность менеджера по персоналу, который более чётко координировал работу всех отделов, так же полностью отсутствует отдел маркетинга. Любые мысли и предложения, касающиеся деятельности именно в сфере маркетинга, выдвигаются стихийно, работниками лично директору, либо же на общих собрания и совещаниях, воплощаются в жизнь различные маркетинговые идеи и предложения так же стихийно.

ООО ТД «Белорусский» имеет достаточно много клиентов. Многие из них неоднократно покупали и обслуживали технику именно в этой организации в силу того, что компания показала себя как надёжный партнёр, который всегда вовремя и в полном объёме выполняет свои обязательства.

Целевые сегменты предприятия можно условно разделить на три группы, они представлены в Таблице 1.

Исходя из Таблицы 1 можно сделать вывод, что с ТД «Белорусский» сотрудничают самые разнообразные группы потребителей. У всех этих потребителей различные цели и задачи, а так же все они предъявляют свои, различные друг от друга «требования» к организации. Для некоторым решающим фактором будет только цена покупаемой ими техники, для других же будет иметь немалое значение возможность в будущем быть уверенным в том, что они смогут без проблем и неожиданностей решить проблемы связанные с приобретённой техникой именно в том месте и в той организации, где приобреталась данная техника.

Таблица 1. Целевые сегменты

Номер п.п	Целевой сегмент	Характеристика сегмента
1	Муниципальные предприятия	Государственные структуры, размещают свои заявки на гос. Ресурсах, выбирают для себя поставщиков путём проведения торгов и тендеров. Выигрывает тот, кто предложит наименьшую цену
2	Компании со своим парком техники	Средние и крупные компании, с парком техники(автомобильной, сельскохозяйственной) более 5 штук. Ключевым фактором для них является не только цена, но и надёжность поставщика, а так же удобство постпродажного обслуживания
3	Физические лица и индивидуальные предприниматели	Люди, приобретающие технику для личных нужд, либо для ведения малого бизнеса. Чаще всего ориентируются на цену и возможность приобретения в лизинг

Находясь в постоянной конкурентной борьбе за покупателя, ООО ТД «Белорусский» осуществляет свою маркетинговую деятельность используя свои собственные наработки по привлечению покупателя.

Рассмотрим основные направления маркетинговой деятельности ООО ТД «Белорусский»:

- Реклама. Предприятие размещает рекламные баннеры на некоторых въездах в г. Красноярск, а так же арендует рекламное место на кемпинге грузовых автомобилей.
- Интернет маркетинг. У компании есть свой веб сайт, на котором размещён каталог предоставляемой техники, а так же конфигуратор техники, который поможет потенциальным клиентам в выборе.
- Участие в различных выставках. Последнее такое событие – Мотор экспо шоу 2015, на котором у компании был свой стенд, на котором представлялась техника, а так же раздавались листовки информационного характера. Выставочная деятельность организуется с целью представления продукции предприятия широкой группе потребителей, реклама новой продукции, знакомство со специалистами, приобретающими продукцию предприятия, сбор пожеланий и претензий по продукции и работе компании, а так же представление и реклама региональных дилеров потребителю.
- Обратная связь с клиентом. Компания регулярно проводит обзвон своей клиентской базы с целью оценки степени удовлетворённости клиентов предоставляемыми услугами(продажа и сервисное обслуживание техники), а так же с целью выявления различных недовольств со стороны клиентов, и проведения мероприятий по устранению этих недовольств. С помощью таких действий компания старается подстраиваться под своих клиентов, создать для них комфортную и дружественную атмосферу.
- Проведение акций. Компания проводит различные сезонные акции по предоставлению скидок на запасные части и расходные материалы. Так же предоставляет скидки на проведение регламентного ТО.
- Сэмплинг. Компания часто проводит различные промо-акции, не относящиеся к прямой рекламе. Например, раздача денежных сертификатов различных номиналов для своих постоянных клиентов. Подобные акции имеют большой успех, и, как следствие, побуждают клиентов вновь обращаться в ООО ТД «Белорусский», а так же советовать данную организацию своим коллегам по отрасли.

Для того, чтобы максимально использовать возможности, предоставляемые окружением, и минимизировать угрозы, можно дать практические рекомендации по изменению маркетинговой политики ООО «Белорусский» и привлечению новых покупателей, что приведет, следовательно, к увеличению объемов продаж.

Итак, для повышения конкурентоспособности и более лучшей адаптации к воздействую факторов маркетинговой среды, следует провести следующие мероприятия:

1. Проведение маркетинговых исследований направленных на изучение коньюктуры рынка сбыта.

При проведении маркетинговых исследований придерживаться следующих правил:

- анализ должен соответствовать поставленной цели и выполняться для ее реализации;
- используемая информация должна отражать всю совокупность процессов,

тенденций и явлений, а также содержать не только опубликованные данные, но и «полевую» информацию, собранную с помощью опросов, наблюдений и экспериментов,

- при проведении анализа оценивать не только исследуемый рынок, но и рынок непосредственных конкурентов и конечных потребителей,
- принимать во внимание постоянную необходимость совершенствования товаров и элементов маркетинга, учитывать аналогичные действия конкурентов,
- рынок необходимо исследовать постоянно для своевременной адаптации к его требованиям,
- в ходе анализа учитывать уровень надежности информации, возможность заведомой дезинформации;
- результаты и выводы маркетингового исследования оформить в виде аналитического отчета.

Проведение мониторинга рынка в связи с постоянно меняющимся положением на рынке.

2. Проводить более активную политику по обратной связи с клиентом. Более регулярно устраивать анкетирования, телефонные опросы клиентов с целью выявления их недовольств и пожеланий. Ведь чем сильнее клиент доволен оказываемыми услугами, тем чаще он будет возвращаться и пользоваться предоставляемыми услугами.[2]

3. Проведение разнообразных акций, дней открытых дверей. Учредить номинацию «Покупатель года» с целью создания резонанса и интереса среди покупателей и усиления симпатии к организации.

4. Внедрение единого корпоративного стиля в оформлении помещений, а так же внедрение единого корпоративного стиля одежды среди сотрудников. Подобные меры повышают доверия к компании, так как клиент предполагает, что с таким отношением к внешнему виду фирмы внутри её механизмов так же всё отлажено.

5. Планирование расходов на обеспечение проведения маркетингового исследования, изучение коньюктуры рынка, емкости рынка, работы конкурирующих фирм, поставщиков, покупателей. Обеспечение выделения денежных средств для проведения рекламной деятельности компании.

6. В силу того, что все идеи и решения в отношении маркетинга в организации принимаются стихийно и неупорядоченно, следует обеспечить в стратегическом планировании организацию отдела маркетинга. Постановка задачи для специалиста по маркетингу, направленной на создание благоприятного образа фирмы у покупателей. Организация планирования в перспективе найма специалистов с целью создания выделенного отдела маркетинга.

Список литературы:

1. Азоев Г. Л. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Г. Л. Азоев, Е. А. Михайлова.- М.: Финстатинформ, 2011.-124 с.
2. Дейан А. Стимулирование сбыта / А. Дейан. - М.: Нева, 2012 – 61с.

АНАЛИЗ СФЕРЫ УСЛУГ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕГО ЭЛЕМЕНТА ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Токолова А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Особую роль в формировании и развитии потребительского рынка играет сфера услуг, частью которой он и является (рисунок 1). Переход к рыночной системе хозяйствования оказал разрушительное воздействие как на всю экономику, так и на эту сферу. Рынок услуг, как и рынок товаров, имеет свои специфические тенденции, определяющиеся в первую очередь состоянием денежных доходов населения и их изменяющимися потребностями. Рынок услуг вторичный и связан во многом с товарным. Услуга это - вид товара, который может производиться, передаваться и потребляться одновременно [1].

Рынок услуг, с одной стороны, достаточно старое явление, так как с появлением обмена, денег всегда был хотя бы небольшой круг услуг, которые покупались и продавались. С другой стороны, рынок услуг в развитом, современном его виде появился совсем недавно, и все еще находится в процессе своего активного развития. Положительная динамика в данном секторе потребительского рынка была закреплена с начала 2000-х годов. За анализируемый период рынок платных услуг населению как в целом в Российской Федерации, так и в Красноярском крае характеризуется стабильными темпами роста физических объемов предоставления услуг.

Объем платных услуг на душу населения является показателем уровня жизни. Уровень жизни населения как социально-экономическая категория представляет собой степень удовлетворения потребностей людей в товарах и услугах в том числе. Исходя из этого, основой развития платных услуг, оказанных населению, является платежеспособный спрос населения и первоочередное потребление обязательных и социально-необходимых видов услуг. В данной статье мы рассмотрим такие виды услуг как платные бытовые.

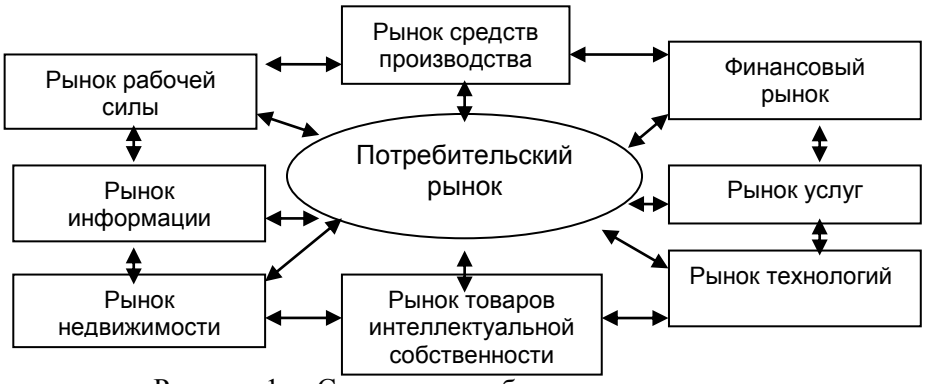


Рисунок 1 – Система потребительского рынка.

Целесообразно рассмотреть динамику численности объектов инфраструктуры услуг, динамику развития коэффициента обеспеченности предприятиями оказывающих платные услуги, а так же динамику развития объёма платных и бытовых услуг (рисунок 2).

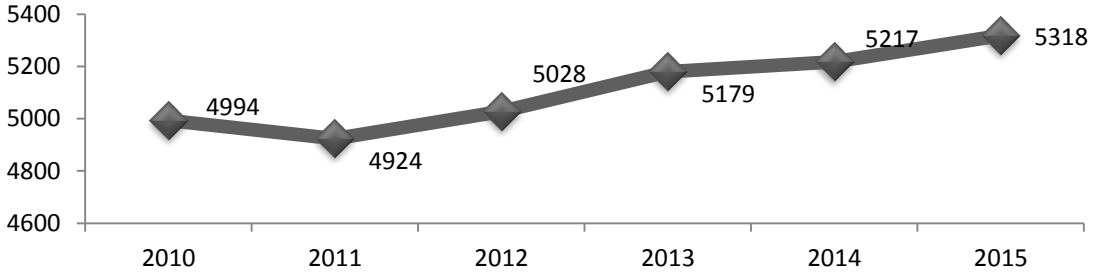


Рисунок 2 – Динамика численности предприятий, оказывающих услуги населению на территории Красноярского края в 2010-2015 гг., [2]

В соответствии с данными на протяжении шести рассмотренных лет превалирующей являлась тенденция к увеличению численности предприятий, оказывающих услуги населению. В общей сложности в отчетном году наблюдалось увеличение численности предприятий на 80 ед., что составило 101,5% от базисного года.

На основании полученных данных стало возможно рассчитать коэффициент обеспеченности населения Красноярского края объектами соответствующей инфраструктуры. Необходимая информация отражена в таблице 1.

Таблица 1 – Коэффициент обеспеченности населения предприятиями, оказывающими платные услуги, [2]

Год	Показатель			Темп изменения, %		
	Численность предприятий, ед.	Численность населения, тыс. чел.	Коэффициент обеспеченности	Численности предприятий, ед.	Численности населения	Коэффициента обеспеченности
2010	4994	2832,9	1,8	-244	100,01	100,0
2011	4924	2829,1	1,8	-70	99,9	100,0
2012	5028	2838,4	1,8	+104	100,3	100,0
2013	5179	2846,5	1,8	+151	100,3	100,0
2014	5217	2852,8	1,8	+38	100,3	100,0
2015	5318	2 858,8	1,9	+101	100,2	105,5

За ряд исследуемых лет коэффициент обеспеченности населения предприятиями, оказывающими платные услуги находился примерно на одном уровне, варьируясь незначительно, однако наблюдается небольшой прирост в 2015 году (+0,5%). Можно заключить, что за пять исследуемых периодов в среднем на 1 тысячу человек населения края приходилось почти 2 предприятия, оказывающих платные услуги. Далее целесообразно рассмотреть динамику объёмов платных услуг населению.

Таблица 2 - Динамика развития объёма платных услуг населению в Красноярском крае в 2010-2015 гг.., [2]

Годы	Оборот платных услуг, млн. руб.	Отклонение, млн. руб.	Темп изменения, %
2010	87785,2	+3511,41	104,0
2011	96364,9	+8579,7	109,8
2012	106583,6	+10218,7	110,6
2013	128220,7	+21637,1	120,3
2014	130323,6	+2102,9	101,6
2015	127707,1	-2616,5	97,9

Проанализировав динамику объёма платных услуг, можно сделать вывод о том, что по ряду исследуемых лет наблюдалась тенденция роста объёма платных услуг, однако в 2015 году произошло уменьшение данного показателя, что связано с экономической ситуации в стране и говорит о неоправданном увеличении количества численности предприятий, оказывающих платные услуги. Далее проанализируем динами объёма бытовых услуг населению.

Таблица 3 – Динамика развития объемов бытовых услуг в Красноярском крае в 2010-2015 гг., [2]

Год	Оборот бытовых услуг, млн. руб.	Отклонение, млн. руб.	Темп изменения, %
2010	7275,7	+539,9	108,0
2011	7552,8	+277,1	103,8
2012	9467,9	+1915,1	125,3
2013	12719,1	+3521,2	134,3
2014	13318,9	+599,8	104,7
2015	10272,5	-3046,4	77,13

Таким образом, объем бытовых услуг в каждом исследуемом периоде увеличивался, однако в 2015 году наблюдается резкое сокращение объёма бытовых услуг населению, а именно на -22,9%. Данный факт заслуживает негативной оценки.

В заключении можно сделать вывод о том, что уровень жизни, платёжеспособность населения Красноярского края в 2015 году снизилась, следовательно, ухудшилось состояние потребительского рынка, который является одним из показателей социально-экономического развития региона.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.- 656 с

2. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики Красноярского края [Электронный ресурс]. URL: http://www.krasstat.gks.ru/index.html (дата обращения 12.02.2016).

УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ПОТОКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОПТОВО-РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Торнова А.П.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Антамошкина Е.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

На сегодняшний момент предприятия России находятся в очень тяжелом положении, финансовый кризис, нестабильная внешнеэкономическая политика, усложнение взаимоотношений с иностранными поставщиками, снижение уровня потребительского спроса и реальных доходов потребителей приводит к снижению объемов продаж. При введенных санкциях на ввоз продукции из-за рубежа, российские предприятия вынуждены искать себе новых поставщиков.

В данный момент актуальным становится систематическое раскрытие и изучение источников закупки и поставщиков товара, а также совершенствование организации хозяйственных связей с поставщиками. Важность выбора поставщика объясняется не только функционированием на современном рынке большого количества поставщиков одинаковых материальных ресурсов, но и тем, что он должен быть, прежде всего, надежным партнером товаропроизводителя в реализации его стратегии организации производства.[2]

Большое количество возможных поставщиков, требуемых материальных ресурсов приводит к тому, что особое внимание уделяется вопросу выбора тех, которые могли бы с наибольшим эффектом снабдить успешную производственно – сбытовую деятельность предприятия.

Общество с ограниченной ответственностью «Ромейн» испытывает те же проблемы . Основной вид деятельности: оптовая торговля продовольственными товарами. Основной целью создания и деятельности предприятий является получение прибыли. Предприятие специализируется на продаже фруктов и овощей.

В анализируемом периоде 2014-2015 гг. предприятие имеет прибыль в размере 15200,9 тыс. руб. Как положительный момент отметим увеличение чистой прибыли за изучаемый период на 6743,43 тыс. руб.. Данная тенденция относится к разряду положительных, она свидетельствует о повышении эффективности работы торгового предприятия, что подтверждается ростом рентабельности конечной деятельности на 4,76%.

Однако, большинство реализуемых предприятием товаров попало в список запрещенных для импорта: мандарины, апельсины, репчатый лук и лук шалот, цветная капуста, брокколи, огурцы и корнишоны, виноград, яблоки, груши, абрикосы, персики, включая нектарины, сливы, земляника, клубника. Помимо растительной продукции запрещается ввозить турецкую соль [4]. Основными поставщиками продукции были компании Турции и Египта.

Но теперь предприятие вынуждено приложить все усилия для поиска новых поставщиков, проанализировав всех возможных. Свою готовность поставлять в Россию фрукты, овощи и орехи проявили страны - Азербайджан, Узбекистан, Армения, Таджикистан, Киргизия. [3]

Результативность закупок во многом зависит от выбора поставщиков, поэтому следует уделить такому занятию максимум внимания. Важными критериями выбора поставщика являются: точность поставок во времени, качество поставляемой продукции и уровень цен. Предприятию ООО «Ромейн» принимая решение о выборе поставщика следует придерживаться указанных критериев.

Список литературы:

1. Социально-экономическое положение Красноярского края в 2014 году:стат. сб. / Госкомстат, Красноярский краевой комитет гос. статистики. - Красноярск, - 2015. - 194 с.

2. Курочкин, Д. В. Логистика: [транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складирования, информационная]: курс лекций / Д. В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.-

3.[Электронный ресурс] http://www.assessor.ru/notebook/biznes_jekonomika_finansy/spisok-zapreschennyh-tovarov/

4. [Электронный ресурс] http://www.aif.ru/dontknows/actual/1314018

КОРМОВАЯ БАЗА – ОСНОВА ИНТЕНСИФИКАЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Цапова А.И.

Научный руководитель: ст.преподаватель Бордаченко Н.С.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Чтобы перевести отрасль животноводства на интенсивную базу, необходимо ввести прогрессивные способы кормопроизводства и организовать крепкую и устойчивую кормовую базу.

Кормовая база - это объем и качество кормов, а также научно обоснованный способ приготовления, производства, хранения и использования кормов в общественном животноводстве. Организация кормовой базы должна расширять и развивать животноводство и растениеводство, а также должна способствовать правильному сочетанию этих двух отраслей.

Производственное направление хозяйства ООО «Ильичёвское» – молочное, мясное. Основной отраслью животноводства в хозяйстве является молочно - мясное скотоводство. Растениеводство основано на выращивании следующих культур: пшеница, овес, рапс, многолетние травы.

ООО «Ильичёвское» имеет обширную земельную площадь, большая часть которой пустует. А так как предприятие частично закупает корма для своего скота на стороне, более целесообразно было бы засеять пустующую площадь кормовыми культурами, что позволит снизить себестоимость конечной продукции за счёт производства собственных кормов. Рациональная организация имеющейся в хозяйстве техники и рабочей силы будет способствовать повышению экономической эффективности выпускаемой продукции за счёт снижения затрат на корма.

Высокоэффективное применение сельскохозяйственных угодий ООО «Ильичевское» позволит равномерно и своевременно снабдить животных кормами на весь год. Так как сельскохозяйственные пашни ООО «Ильичевское» характеризуются достаточно обширными площадями естественных кормовых угодий с низкой производительностью, наиболее целесообразно будет организовать полевой способ кормопроизводства.

Организация полевого способа кормопроизводства будет эффективной при соблюдении следующих условий:

- наибольший выход кормов с каждого посевного гектара, повышение их производительности, использование интенсивных технологий;

- правильное сочетание посевных кормов с кормами на естественных кормовых пашнях;

- применение синтетических, минеральных кормов и биологически активных добавок;

- количество кормов, которое производится, должно быть полноценным, недорогим и поступать своевременно;

- сокращение затрат труда, а также средств на изготовление единицы корма на основе рациональной организации кормопроизводства, способствующее увеличению экономической эффективности производства [1].

В качестве главного средства производства в полевой системе кормопроизводства используется пашня. В ООО «Ильичевское» пашня занимает основную часть в структуре земельных угодий - 5840 га (100%). Соответственно, ее рациональное использование имеет очень важное значение для повышения эффективной производительности кормопроизводства.

Важными принципами, лежащими в основе создания крепкой и стабильной кормовой базы, являются:

- темпы ее продвижения, которые опережают продвижение животноводства;

- продуктивное использование пашней;

- равномерное распределение и своевременное снабжение животных полноценными кормами в течение всего года [2].

Важнейшим фактором основания крепкой кормовой базы на предприятии является интенсификация полевого кормопроизводства по средствам внедрения интенсивных кормовых севооборотов, использования больших доз минеральных и органических удобрений, осушения и орошения земель, а также всех процессов механизации в комплексе.

Следовательно, организация кормовой базы ООО «Ильичевское» должна принципиально отличаться по следующим направлениям:

1. Кормовая база ООО «Ильичёвское» должна использовать собственные корма, в комплексе с естественными кормами, выращенными на собственных кормовых угодьях. Изготовление кормов на предприятии планируется выпускать растениеводческими бригадами в собственных кормоцехах.

2. Зернофураж, который обладает достаточно простым способом транспортировки планируется закупать, а грубые, сочные и зеленые корма будут изготавливаться в собственном цехе кормопроизводства. Естественные кормовые угодья в ООО «Ильичёвское» представлены пастбищами, на которых планируются некоторые улучшения в виде оросительных коммуникаций.

3. Организация кормовой базы ООО «Ильичёвское» будет сочетать в себе закупаемые концентраты с производством зернофуражных культур.

Список литературы:

1. Суслов И.П. Методология экономического исследования. - М.: Экономика, 1983. - 75 с.

2. Аграрная экономика: учебник, 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. М.Н. Малыша. - СПб.: Изд-во Лань, 2002. - 688 с.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО ТД «БЕЛОРУССКИЙ»

Шашина О.Р.

Научный руководитель: к.т.н., профессор Антамошкина О.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Предприятие ООО Торговый Дом «Белорусский» занимается реализацией сельскохозяйственной техники на территории Красноярского края с 2001 года. ТД «Беларусь» - официальный дилер таких производителей как: ОАО «Минский Тракторный Завод», ОАО «Дормашэкспо», ОАО «Белагромаш».

В связи со сложившейся экономической ситуацией, ООО ТД «Белорусский» оказался в затруднительном положении – снижаются объемы продаж сельскохозяйственной техники. Учитывая обстоятельства, предприятию необходимо знать:

1)Какой, в настоящее время, уровень спроса на сельскохозяйственную технику в регионе?

2)Сколько техники предприятие сможет реализовать в течение определенного периода времени?

3)На какой вид сельскохозяйственной техники, на данный момент, самый большой спрос?

Чтобы получить ответы на поставленные вопросы необходимо оценить емкость рынка сельскохозяйственной техники Красноярского края.

Среди существующих методик оценки емкости рынка были выбраны те, которые возможно применить для рынка сельхозтехники региона[1,2]:

1. Оценка емкости рынка по нормам потребления. Данная методика характеризует замещающий спрос. Рассчитывается как произведение таких показателей как норма потребности техники, шт/1000 Га и количество сельскохозяйственных предприятий в регионе. Поскольку большую часть проданной сельскохозяйственной техники на предприятии ООО ТД «Белорусский» занимают тракторы, в первую очередь имеет смысл рассчитать емкость рынка тракторной техники региона. По данным на 1 марта 2016 года на территории Красноярского края число хозяйствующих субъектов, занимающихся сельским хозяйством, составляет 1625[5]. Величина норматива потребности тракторов в шт./1000 га пашни составляет 14,56. Исходя из полученных данных, емкость рынка будет составлять:

$$E= 1625*14, 56$$

$$E=23\ 660$$

Таким образом, емкость рынка тракторной техники в Красноярском крае составляет 23 660 единиц. В настоящее время по Красноярскому краю у сельскохозяйственных организаций разного типа насчитывается около 10 тысяч единиц тракторов. Следовательно, потенциальная емкость рынка составляет не менее 13 тысяч единиц.

2. Оценка емкости рынка на основе оценки по номенклатуре. Данная методика характеризует первичный спрос. Для расчета берутся предприятия с аналогичной товарной номенклатурой[3]. Сравнивается объем продаж интересуемого предприятия, т.е. ООО ТД «Белорусский» с суммой номенклатурных позиций аналогичной организации. Комбайновая техника занимает второе место по объему продаж на предприятии ТД «Беларусь». Торговый Дом «Белорусский» реализует 6 моделей комбайнов производителя ООО «Агромашхолдинг» на территории Красноярского края, объем продаж за 2015 год составил- 25 миллионов рублей. Сравниваемыми предприятиями для расчета емкости рынка были выбраны:

1) ООО «АвтоСпецМаш»- реализует семь видов комбайнов двух отечественных производителей;

2) ООО ТД «Галактика»- специализируется на продаже пяти видов комбайнов импортного производства;

3) ОАО «НАЗАРОВОАГРОСНАБ» - является официальным дилером ООО «КЗ «Ростсельмаш», в ассортименте компании представлены семь моделей комбайнов.

Таким образом, учитывая исходные данные, емкость рынка сельскохозяйственной техники региона будет составлять:

$$E=(7+5+7) * 25\ 000\ 000/6$$

$$E= 79,166 \text{ млн. руб.}$$

Подводя общий итог, результаты оценки емкости рынка сельскохозяйственной техники региона показали состояние спроса на территории Красноярского края. ТД «Беларусь» имеет возможность решить проблему снижения объемов продаж, так как оценка емкости тракторной техники указала на потенциальный спрос. При более детальном изучении емкости рынка есть возможность проанализировать положение ООО ТД «Белорусский» в динамике на рынке сельхозтехники региона, спрогнозировать объемы продаж, и вовремя реагировать на изменения конъюнктуры рынка[3].

Список литературы:

1.Алавердян, В.В. Как рассчитать емкость рынка?// [Электронный ресурс] URL: www.marketing.spb.ru (дата обращения: 10.03.16)

2.Аристова Г. Как своими силами оценить емкость рынка / Г. Аристова - М., 2004

3.Левшин, М.Ф. Конъюнктура мировых товарных рынков/ М.Ф. Левшин, В.В. Пономарев - М.: Экзамен, 2008

4.Матанцев, А.Н. Анализ рынка /А.Н. Матанцев – М.: Альфа-Пресс, 2007

5.Федеральная служба государственной статистики// [Электронный ресурс] http://www.krasstat.gks.ru/

ФОРМИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ЧАСТНОГО ОХРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Шереметов В.Д, Кондаков Д.О.

Научный руководитель: ассистент кафедры Сёмина А.О.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Современная охранная индустрия активно стремится к глобализации. Понимая, что для долгосрочного процветания уже недостаточно быть «локальным частным охранным предприятием», многие игроки рынка расширяют территорию своего присутствия, создавая более крупные структуры.

Ключевой задачей глобализации в охранном бизнесе является удовлетворение потребностей корпоративных клиентов, которые имею развитую сеть филиалов. Сотрудничество с крупной

охранной фирмой действительно несет для них массу преимуществ. В первую очередь это возможность взаимодействовать с одним поставщиком охранных услуг. Он готов предлагать единый стандарт качества на всей территории страны. Как следствие у заказчиков отпадает необходимость тратить время на решение рутинных вопросов с разрозненными агентствами, каждое из которых имеет свои договорные условия, материальную ответственность, формат обслуживания и так далее.

Вопрос формирования клиентской базы один из наиболее актуальных вопросов для любого директора по продажам. Действительно, чем скорее компания сформирует свой круг клиентов, тем спокойнее она себя будет чувствовать, тем увереннее будет ее взгляд в будущее. Однако на практике чаще всего процесс формирования клиентской базы носит стихийный характер. На первом этапе развития компания рада любому клиенту и прилагает максимум усилий, чтобы получить все новых и новых клиентов. И вот наступает момент, когда клиентов уже много и клиентская база, по сути, сформирована. В данной статье сосредоточено внимание на том, что стоит иметь в виду, когда формирование клиентской базы только начинается и еще есть возможность осознанно управлять этим процессом. Начинающим предпринимателям стоит сфокусироваться на формировании клиентской базы еще на стадии продумывании бизнес плана. Начинать бизнес с клиентом, который тебе доверяет всегда проще. Для создания начального ампула клиентов хороши все средства: от личных знакомств основателей до традиционных маркетинговых инструментов.

Таким образом, следует, что в настоящее время главным ключом к ведению успешного охранного бизнеса является клиентская база.

Далее рассматриваются способы, с помощью которых привлечь клиентов для формирования клиентской базы.

1. Социальные сети. Если предприятие располагает на начальном этапе большим бюджетом прокрывающие все убытки, необходимо дать рекламу на телевиденье или наружную рекламу. Профиль компании в социальных сетях со ссылкой на ваш сайт. Поместите свой логотип в профилях и начинайте налаживать отношения с потенциальными клиентами на местном уровне. Социальные сети являются эффективным инструментом вирусного маркетинга и мощным средством нетворкинга. Необходимо опубликовать информацию, в которой указывается, чем занимается ваша компания, где она расположена, а также о своем уникальном предложении. Конечно в каждый рекламный ролик необходимо добавлять вашу контактную информацию и логотип. Благодаря этому потенциальные клиенты и партнеры смогут узнать, что представляет собой ваша организация и захотят связаться с вами [3].

2. Личные знакомства. Необходимо рассылать информационные письма своим друзьям, знакомым и коллегам, в которых говориться о том, где вы работаете и какие услуги предоставляете. Знакомые помогут вам с рекомендациями для возможных клиентов, говоря на простом языке эффект «Сарафанного радио». Так же следует составить список местных организаций, связанных в той же сфере и далее свяжиться с организациями, которые могут помочь вам выйти на владельцев малого, среднего и большого бизнеса.

3. Выставки. Еще не маловажным аспектом для формирования клиентской базы, это посещение различного рода выставки охранных услуг. В следующий раз можно самому стать участником выставки и представить свою компанию. Необходимо встречаться с представителями малого бизнеса. Общественные организации, как правило, проводят ежемесячные семинары по различным вопросам, касающимся охраны различных видов объектов. Возможность стать ведущим такого семинара позволит привлечь широкий круг потенциальных клиентов. При этом стоит знать, что ваше выступление на 99% должно быть информационным и только на 1% рекламным [1].

Мероприятия, проводимые совместно с вашими коллегами из смежных отраслей, также позволят обменяться списками потенциальных клиентов. В случае если в вашем городе подобных мероприятий не проводится — станьте организатором сами. Стоит поддерживать связь с потенциальными клиентами. Ежеквартально рассылать информационные письма, содержащие советы по актуальным для вашей целевой аудитории вопросам из ИТ-сферы. Необходимо включить в них свое ограниченное специальное предложение. Рекламная и информационная составляющая рассылки должны идти в соотношении 1:4. Другими словами, прежде чем предлагать свои услуги, нужно привлечь внимание клиентов и партнеров полезной информацией [2].

4. Наружная реклама. Первых своих клиентов охранному предприятию следует найти заранее, еще до открытия. Чаще всего ими становятся знакомые, друзья и т. п. Для поиска новых заказчиков чаще используют прямые продажи — обходят государственные учреждения, магазины, офисные центры, фирмы и т. п., предлагая услуги. Рекламу частного охранного предприятия дают в

основном в городских справочных службах. Необходимо дополнить рекламную кампанию размещением в местных газетах и бегущей строке.

Особенность охранного бизнеса в нашем регионе заключается в том, что рынок переполнен, а желающих открыть частное охранное предприятие становится всё больше и больше с каждым днём. Поэтому стоит в данном бизнесе использовать сочетание всего на всего двух стратегий - привлечения и удержания, которые помогут не только сформировать клиентскую базу, но и удерживать своих клиентов.

Список литературы:

1. Блюм М.А., Н.В. Молоткова Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности. Тамбов, ТГТУ 2010г. с.79
2. Лобин А.М. Редакторская подготовка рекламных материалов: Ульяновск: УлГТУ, 2014.с.29
3. Цысарь А.В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления. Маркетинг и маркетинговые исследования. 2012г. с.57

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ГОРОДЕ ЖЕЛЕЗНОГОРСК, КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Юрченко А.Е.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Антамошкина Е.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Для обеспечения эффективного использования ресурсов и максимального удовлетворения потребностей в современной жизни требуется глубокий анализ протекающих на рынке процессов.

Целью любого рыночного исследования является оценка рыночной ситуации (конъюнктуры) на данный момент и прогноз развития рынка. Комплексное изучение зависит от товара и его особенностей, характера деятельности предприятия, масштаба экспорта, а также в определении условий, при которых происходит полное удовлетворение спроса населения в товарах данного вида. Также создаются предпосылки эффективной сбытовой политики произведенной продукции. В соответствии с этим первой задачей изучения рынка является анализ текущего соотношения спроса и предложения на данную продукцию.

Воплощение маркетинговых исследований предполагает использование самых различных методов, позволяющих проследить взаимосвязь маркетинга с различными отраслями знаний, в которых входят математический анализ, финансовый анализ, разработка управленческих решений и экономико-математическое моделирование.

В ходе написания данной работы был проведен опрос. Было опрошено около 100 человек с разным уровнем доходом, разного возраста. Опрос показал основные проблемы ювелирного рынка. Выборка производилась с помощью олнайн-калькулятора.[1]

Проведенный опрос выявил предпочтения потребителей, их портрет и определенную тенденцию развития.

В основном ювелирные изделия приобретают женщины в возрасте от 30 до 45 лет со средним уровнем дохода. Согласно опросу, спрос на золото выше чем на серебро на 70%. Не смотря на то, что золото в 10 раз дороже серебра. Из изделий самый высокий спрос имеют кольца, серьги и цепи. Зачастую, мужчины покупают женщинам наборы, которые как раз и состоят из трех этих изделий. Объясняется это просто – цена за набор ниже, чем за каждое из изделий по-отдельности. Но молодые девушки (сегмент 20-30 лет) предпочитают кольца.

Так как ювелирные изделия относятся к товаром особого спроса, то по данным опроса их приобретают раз в полгода. Это объясняется тем, что ювелирные украшения - вещь долговременного пользования. Достаточно раз в полгода отдать их на полировку – изделие будет как новое.

Опрос ярко показал, какие недочеты есть в данном бизнесе. К сожалению, 90% опрошенных не смогли назвать больше трех марок ювелирных торговых сетей. Респонденты знают такие марки, как Адамас, Ремикс и 585. Но кроме них, есть и другие производители украшений. К примеру, «Ювелирная мастерская», в которой проводился опрос, оказалась мало кому известна. Скорее всего, это связано с тем, как работает рекламная компания каждого из производителей. В опросе был вопрос, который показал откуда потребитель берет информацию о новинках в ювелирных изделиях. Как показали результаты, большинство потребителей узнает о новинках из интернета. Рекламу в газетах и на телевидение видит всего 10% опрошенных. Также были указаны такие способы оповещения, как sms-рассылка, информация о новинках и акциях в самих магазинах и, так называемое, сарафанное радио. Действительно, сейчас в Интернете человек проводит все свое свободное время. На просторах Интернета можно найти любую необходимую информацию

совершенно бесплатно. Это самый удобный способ для потребителя узнать о новинках, акциях, выборе и т.д.

Как и в любом рынке, ювелирный рынок тоже имеет недостатки. К примеру, большая часть опрошенных указала одними из главных минусов высокую цену и небольшой выбор. Парадокс, но люди, которые платят высокую цену, считают что должен быть исполнен любой их каприз. Когда, глядя на витрину, потребитель не находит то, что искал, часто возмущается высокой ценой. Производители каждый год придумывают что-то новое: добавление в изделия эмаль, драгоценных камней, редкий металл и т.д. Но себестоимость изделия небольшая, просто в магазинах и ювелирных салонах идет большая «накрутка», чтобы получать доход.

Основные проблемы, которые выявил опрос:

1. Неизвестность торговых марок, магазинов и салонов.
2. Недостаточное оповещение о новинках, акциях.
3. Небольшой выбор изделий.

Можно сделать вывод, что на ювелирном рынке Красноярского края присутствует спрос на ювелирные украшения. Чаще всего люди выбирают золото, ведь его еще рассматривают как место хранения сбережений. Выходит, покупка ювелирных изделий не только роскошь, но и правильный выбор вклада денежных средств.

Все проблемы, которые позволил выявить опрос, вполне решаемые. К счастью, эти проблемы не сильно влияют на спрос на ювелирную продукцию в целом, так как он стабилен. Но, решив данные проблемы, потребитель будет более осведомлен об изделиях, самой фирме и качестве.

Исследуя рынок ювелирных изделий в целом, сталкиваешься со множеством интересной информации. Главной проблемой, с которой сталкивается ювелирный рынок России, является плохая организация всей системы государственного регулирования и контроля оборота драгоценных металлов и драгоценных камней. Также есть определенное количество различных факторов (экономических, социальных, технологических и т.д.), которые формируют общие условия развития российского ювелирного бизнеса.

Но российскому ювелирному бизнесу пророчат позитивные перемены, которые в дальнейшем существенно увеличат обороты ювелирного рынка в целом и продукция российских производителей не утратит своей актуальности.

Но что касается рынка ювелирных изделий в Сибирском Федеральном округе, здесь идет ориентация на эконом и средний класс, что является главным отличием о рынка ювелирных изделий в центральной части. На сегодняшний день красноярский рынок переживает расцвет. За последние годы появилось много новых компаний, которые предлагают качественные изделия. Разница в цене, по сравнению со всей Россией, незначительна. За последние годы наблюдается высокий темп номинального роста. Также в Красноярском крае рынок не имеет огромного спроса на эксклюзивные ювелирные изделия, необычные металлы и редкие виды камней.

Проведя анализ спроса на ювелирные изделия на примере фирмы «Ювелирная мастерская» в городе Железногорске Красноярского края, были выявлены следующие показатели: в среднем потребители изделия приобретают раз в полгода, предпочитают золото чаще, чем серебро, наиболее высоким спросом пользуются кольца, серьги и цепи. Из минусов было выявлено, что большинство опрошенных потребителей знают всего пару марок ювелирных украшений. Это свидетельствует о том, что у многих ювелирные фирм, компаний плохая маркетинговая кампания. Еще одним минусом является то, что потенциальные покупатели не знают об акциях, новинках и бонусах, которые проводит ювелирный магазин или салон.

Главный вывод, который был сделан из данного курсового проекта, маркетинговые исследования дают возможность выявить самые главные маркетинговые проблемы. На красноярском рынке ювелирных изделий маркетинговых проблем не много, но от их решения будет зависеть дальнейшее развитие ювелирного бизнеса. Важно помнить, что ни одна действенная рекламная кампания не бывает бесплатной. Чтобы предприятие было действительно востребовано, имело спрос и приносило доход – важно очень хорошо знать рынок, на котором находится фирма, учитывать пожелания потребителей, следить за конкурентами и прилагать денежные средства на рекламу.

Список литературы:

1. Онлайн-калькулятор [Электронный ресурс]: http://calc.by/

Подсекция 11.2. Реклама и связи с общественностью

ПРОГРАММА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ТРК «КОМСОМОЛЛ»

Ануфренко К.С.

Научный руководитель:к.э.н. доцент, Юшкова Л.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современных рыночных условиях все большее значение для предприятий розничной торговли приобретает эффективность использования различных каналов маркетинговых коммуникаций. Это обусловлено в первую очередь растущей конкуренцией. Выбирая магазин, покупатели, как правило, рассматривают не одно, а несколько возможных мест покупки. В памяти человека всегда есть набор вариантов (альтернатив), которые он взвешивает перед принятием решения. Для того чтобы повысить шансы на покупку в своем магазине. Розничный торговец должен, во-первых, закрепиться в сознании покупателе и, во-вторых проинформировать потенциальных покупателей о предлагаемых товарах, убедить, что эти товары являются наилучшим вариантом выбора, и добиться возникновения желания прийти за покупками в этот конкретный магазин [1]. В этом состоит важность и актуальность изучения данного направления маркетинговой деятельности.

Актуальность внедрения программы маркетинговой коммуникации определяется необходимостью:

1.Поддержание существующей маркетинговой деятельности предприятия;

2.Анализа существующих каналов коммуникации предприятия;

3.Разработки новых методов реализации коммуникативной политики.

В рамках данного исследования объектом выбрана коммуникационная политика ТРК «КомсоМОЛЛ-Красноярск».Основная деятельность компании заключается в коммерческом управлении объектами торговой недвижимости, комплексной технической эксплуатации, сдаче площадей в аренду, правовом сопровождении, а также разработке концепций, консалтинге и продвижение объектов на рынке.В комплекс коммуникационной политики ТРК «КомсоМОЛЛ» входят следующие элементы коммуникаций:

1.Реклама

1.1 Внутренняя:

- афиши внутри ТРК;
- реклама по внутреннему радио;
- реклама на внутренних световых панелях;
- внутренние плакаты и афиши;
- специальные стенды с образцами печатно-полиграфической рекламы;

1.2 Внешняя:

- баннеры в журнале «Телесемь», «Выбирай», «Собака»;
- каталог «КомсоМОЛЛ-Такой доступный»;
- размещение баннера на портале Redom;
- новостные сюжеты на "СТС" и "ТВК";
- рекламные афиши по городу;
- размещение рекламы на радио ("Серебряный дождь", "Европа плюс", "Радио дача", "Энерджи", "Русское радио", "Love радио");
- размещение наружной рекламы;
- анонс всех мероприятий в соц. сетях;
- размещение анонса мероприятий в городском транспорте и лифтах; реклама на официальном сайте.

Рекламная деятельность осуществляется в основном в отношении информирования о проводимых акциях, скидках. То есть в большинстве случаев реклама имеет непосредственную связь со стимулированием продаж, является поддерживающим каналом коммуникаций для стимулирования.

2.Стимулирование продаж

2.1 Акции:

-Акция «Дарим скидки!». Механика акции: совершай покупки в ТРК от 500 рублей (кроме гипермаркета «НАШ» и «Лэтуаль»); регистрируй чеки на стойке информации и получай Фишки; Меняй Фишки на Скидки, в магазинах, участвующих в акции.

Рекламная кампания:

-Размещение рекламных роликов на ТВ: «СТС-Прима», «ТВК», по 5-6 выходов в день.

-Размещение рекламных роликов на радио «Европа+», Love – радио, по 5-6 выходов в день.

-Размещение «Календаря событий» в автобусах ,стикеры А3 формата, 120 ед. транспорта.

-Размещение «Календаря событий» в лифтах, А4формат, 1 037 шт.

-Баннер в ДубльГис при открытии.

-Баннер на популярных городских сайтах ok.ru, 24au.ru.

-Размещение информации на сайте komsomall.su и в соц. сетях.

-Афиши в ТРК.

-Реклама на внутреннем радио.

По итогам ноября 2015 года количество зарегистрированных чеков составило – 1 031 шт., выдано фишек – 8 770 штук. Общая сумма покупок по акции – 4 385 000 руб. Количество повторных покупок – 38 штук.Средний размер скидки – 20%.

-Акция «Выйграй куб денег!». Механика акции: Совершай покупки в ТРК от 500 руб (кроме гипермаркета «НАШ» и «Летуаль»), обменяй чек на стойке информации на купон, закинь его в ящик для розыгрыша; Розыгрыш подарков состоится 26 декабря 2015г и 7 января 2016г; Главный приз 50.000 руб! А также розыгрываются подарки от партнеров.

Рекламная кампания:

-Размещение рекламных роликов на ТВ: «СТС-Прима», «ТВК», по 5-6 выходов в день.

-Размещение рекламных роликов на радио «Европа+», Love – радио, по 5-6 выходов в день.

-Размещение «Календаря событий» в автобусах ,стикеры А3 формата, 120 ед. транспорта.

-Размещение «Календаря событий» в лифтах, А4формат, 1 037 шт.

-Баннер в ДубльГис при открытии.

-Баннер на популярных городских сайтах ok.ru, 24au.ru.

-Размещение информации на сайте komsomall.su и в соц. сетях.

-Афиши в ТРК.

-Реклама на внутреннем радио.

Мероприятие по «Розыгрышу Куба Денег» 26 декабря посетило более 500 человек. По итогам декабря количество зарегистрированных купонов составило 8 571 штук. Общая сумма покупок -4 285 500 руб.

Специальный гость программы популярная красноярская группа «Мятный бриз», создала Новогоднее праздничное настроение вечера.

Помимо Денег также были разыграны подарки от арендаторов: IQ- мебель, GlamourWoman, «Окно в Париж», JeansWorld, Мега, ЧаКо, Bizzarro, Waggon, US Medica, «Киномечта», «Планета Боулинга», «Ресторанный дворик», «М-видео», MelodyStyle, «Троян».

3.PR-мероприятия:

3.1Медовая ярмарка. С 27 ноября 2015 г. Крупнейшая ярмарка меда от «Российского Национального Союза Пчеловодов».

3.2Новогодняя ярмарка. 15 декабря 2015г. - 31 января 2016г. На ярмарке были представлены различные сувениры, говорящие и танцующие игрушки на ёлку да и сами елки. Гирлянды, магниты.

Каналы коммуникации:

-Сюжет на канале «Россия».

-Ролик на телеканале РЕН -ТВ, Россия.

-Размещение информации на сайте и в соц.сетях ТРК.

Сильные и слабые стороны методов ведения коммуникационной политики в рекламе:

1.Сильные стороны рекламы: Реклама на внутреннем радио положительно влияет на сознание людей. Слушая рекламу несколько раз, потребитель запоминает текст рекламы и рекламируемый товар, что увеличивает возможность покупки.Сотрудничество со СМИ и размещение своей рекламы на их порталах и каналах, способствует поддержанию имиджа и узнаваемости «КомсоМОЛЛ».

Слабые стороны рекламы: Зачастую невнятная подача текста на радио вызывает непонимание, поэтому потребитель перестает обращать внимание и не дает нужной реакции.

2.Сильные стороны стимулирования продаж: Частота проходимости акции - каждый месяц года. Акции оригинальные и понятные каждому потребителю. Они способствуют непопулярным брендам получить шанс быть узнаваемыми и остаться в сознании потребителя. Основной плюс: Потребитель не тратится больше, чем приобретает.

Слабые стороны стимулирования продаж: Риск неэффективности. Зачастую затраты на акцию не окупаются в полном объеме.

3.Сильные стороны PR-мероприятий: Способствуют поддержанию интереса и имиджа предприятия. В сознании потребителя формируется мнение о ТРК «КомсоМОЛЛ», как о семейном развлекательном комплексе, где можно хорошо провести время, без суеты.

Слабые стороны PR-мероприятий: Низкая осведомленность потребителя о проводимых мероприятиях, что влечет за собой низкую посещаемость. Мероприятия приносят незначительную прибыть ТРК.

На основе выявления сильных и слабых сторон, формируются предложения по усовершенствованию коммуникационной политики предприятия:

1.Проведение конкурса «Миссис КомсоМОЛЛ 2016». Участницами станут женщины от 30 лет. Механика акции: Соверши покупку от 500 рублей в ТРК «КомсоМОЛЛ», зарегистрируй чек на стойке информации и получи индивидуальный номер с регистрационного купона, который понадобится для размещения заявки на официальном сайте. Период проведения акции с 1-30 апреля 2016г. Главный приз-100.000 рублей.

Конкурс будет проводиться в 3 этапа:

1.Регистрация на официальном сайте;

2.Отбор претенденток;

3.Финал конкурса: представится возможность рассказать о себе, примерить на себя одежду от наших ведущих партнеров, продемонстрировать все свои положительные качества и побороться за главный приз-100.000 рублей.

Анонс конкурса будет проводиться на ТВ, на городском радио, на транспорте, по внутреннему радио, В лифтах, афишах, световых панелях ТРК «КомсоМОЛЛа».

2.Приглашение знаменитых танцевальных групп и музыкантов Красноярска. Организация концертов будет проходить в конце каждого месяца лета 2016г на улице возле ТРК. Анонс будет проводиться на ТВ, на городском радио, внутреннем радио, в лифтах, афишах, световых панелях ТРК «КомсоМОЛЛа». Проведение концертов вызовет интерес жителей Красноярска, а теплая погода, природа, приятная музыка, танцы и пляж возле ТРК сподвигнет к хорошему настроению, лояльности потребителя к ТРК, положительному мнению об имидже предприятия.

3.Привлечение PR-агенств. Существует необходимость заключение договора с PR-агенствами, так как на предприятии отсутствует отдел рекламы и связей с общественностью. Для того , чтобы они выполнили такие функции, как:Планирование и проведение брифингов, пресс-конференций, «круглых столов», эксклюзивных интервью.Консультации по вопросам позиционирования компании (продукта) в СМИ.Освещение в СМИ мероприятий Заказчика.

Можно выделить три ожидаемых результата планируемых мероприятий:

1.Увеличение количества посетителей;

2.Увеличения уровня продаж и среднего чека;

3.Повышение лояльности к ТРК «КомсоМОЛЛ».

Список литературы:

1. Шультц Д., Барнс Б. Стратегические бренд-коммуникационные кампании. – М.: Изд. Дом Гребенникова, 2014.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ СРЕЗ ТЕРМИНА «ПРОДВИЖЕНИЕ»

Гранкова К.О., Эду М.

Научный руководитель: ст.преподаватель Бордаченко Н.С.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Продвижение представляет собой любую форму действий, которые используются фирмой для информирования, убеждения и напоминания потребителям о своих товарах, услугах, образах, идеях и общественной деятельности. Продвижение товаров сегодня выступает огромным средством наращивания объемов, реализации продукции предприятия. На рынке становится очень важно, чтобы люди знали не только марку, но и товары предприятия, главное, чтобы это были не специалисты, пользующиеся специальными каталогами и закрытой информацией, а самые распространенные круги потребителей (покупателей).

Продвижение направлено на :

- создание образа престижности не только фирмы, но и её продукции и услуг;
- формирование образа инновационности для фирмы и ее продукции;
- информирование о характеристиках товара;
- обоснование цены товара;
- внедрение отличительные черты товара, в сознание потребителей;

- информирование о месте приобретения товаров и услуг;
- информирование о том, что фирма выгодно отличается от конкурентов.
- создание увлеченности среди участников сбыта
- ответы на вопросы потребителей

Потребность в продвижении на сегодняшний день не вызывает сомнения, оно играет не мало важную роль как в установлении связей с потенциальными потребителями, так и поддержание выгодных взаимоотношений реальными потребителями товара.

Вопросам продвижения продукции посвящены работы как отечественных, так и зарубежных авторов, которые по-разному трактуют определение этого термина. Рассмотрим некоторые из них (табл.1).

Таблица 1 – Аналитический срез термина «продвижение»

Автор	Трактовка
Чернозубенко П. Е. [1]	Продвижение в маркетинге (промоушн, promotion, промо) - комплекс маркетинговых мер, направленных на увеличение спроса и, как следствие, увеличение продаж.
Котлер Ф. [2]	Продвижение - компонент комплекса маркетинга, который представляет собой «набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую реакцию со стороны целевого рынка».
Барнетт Дж. и Мориарти С.[3]	Продвижение - некий процесс, связанный с передачей целевой аудитории информации о товаре.
Попов Е.В. [4]	Продвижение - любая форма сообщений, которые организация может использовать для убеждения, информированности и напоминания о предлагаемых ею товарах и услугах.
Ламбен Ж.Ж. [5]	Продвижение - некая совокупность сигналов, которые исходят от организации в адрес клиентов, сбытовиков, поставщиков, акционеров, органов управления и собственного персонала.
Борисов А.Б. [6]	Продвижение - совокупность разнообразных мер, усилий, действий, предпринимаемых производителями или продавцами товара, посредниками в целях повышения спроса, сбыта, расширения рыночного поля товара.
Кашехлебов А. [6]	Продвижение - это не магия, а стратегия
Татарников Е.А. [7]	Продвижение - это маркетинговая и сбытовая политика фирмы, направленная на достижение контактов с потребителем при помощи информационных и коммуникационных составляющих.

В результате проведенного анализа можно выделить ряд закономерностей:

- во-первых, продвижение в маркетинге синонимично понятию маркетинговых коммуникаций;
- во-вторых, продвижение представляет собой некий механизм, состоящий из рекламы, стимулирования сбыта, PR и личных продаж;
- в-третьих, проблема продвижения имеет междисциплинарный характер и выступает как предмет научного анализа в рамках различных дисциплин – маркетинга, имиджелогии, теории коммуникаций, социологии, социальной психологии.

Список литературы:

1.Чернозубенко П.Е. Записки маркетолога. О целях торгового маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketch.ru.

2. *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В.* Основы маркетинга/пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб., К.: Издат. дом «Вильямс», 2003.

3. Барнетт Дж., Мориарти С. "Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход" – Питер, 2001 г.

4. Попов Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг / Е.В. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 214 с.

5. Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг. СПб.: Питер, 2004.[Электронная ссылка] http://www.вокабула.рф

6. Словарь «Борисов А.Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с.»
7. Артем Кашехлебов, управляющий партнер TheMotors.ru и директор по новому бизнесу в креативном агентстве The Directors [Электронный ресурс]. - http://www.gorn.pro/archive
8. Татарников Е.А. Антикризисное управление: Учебное пособие.

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА СТРОИТЕЛЬНОМ РЫНКЕ

Ерзямкина М.А.
Научный руководитель: Бордаченко Н.С.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В основе продвижения лежит процесс коммуникативных связей предприятия с рынком - оно направляет на рынок свои товары и информацию о них. Рынок возвращает предприятию деньги за реализованную продукцию и информацию о том, как продукция была принята рынком. Коммуникативные связи осуществляются практически через все маркетинговые средства. [2]

Специфика исследований для рынка строительной продукции тесно связана с особенностями её продвижения, и прежде всего со слабым влиянием на рынок строительной продукции через коммерческих посредников [1].

Предприятие ООО "СибТеплоКомплект" является одной из ведущих компаний на строительном рынке в Красноярском крае, выступающая поставщиком в области строительных, изоляционных и отделочных материалов, а так же систем утепления для различных конструкций.

Предприятие в своей деятельности ориентируется как на потребительский сегмент (B2C) (как правило, это группа потребителей, которую условно можно назвать «сделай сам»), так и сегмент профессионалов (B2B) (группа, условно называемая «профессионалы»).

Рассмотрим особенности продвижения строительных материалов для каждого из выделенных сегментов.

Целевой аудиторией для категории профессионалов являются, прежде всего, покупатели (менеджеры по закупкам), лица принимающие решения, директора и конечные пользователи.

Сегмент профессионалов на рынке закупает большую часть строительных материалов, тем самым принося компании значительную долю прибыли. Исходя их этого предприятие ООО «СибТеплоКомплект» очень заинтересован в непосредственном контакте с лицами, принимающими решения в этих компаниях, которые являются потребителях их товара. На предприятии ООО «СибТеплоКомплект» всегда применяют индивидуальный подход для каждого вида клиентов (что невозможно на рынке B2C), и предоставляют им всю необходимую информацию. Компания постоянно поддерживает свою базу данных по постоянным клиентам и потенциальным покупателям.

Значительно увеличить базу данных по потенциальным клиентам призваны помочь региональные торговые выставки, а так же и отраслевые средства массовой информации (СМИ). Главное, что являеться необходимым учитывать при продвижении продукции для данной категории на данном этапе – это качество продукта, его сертификация и соответствие по всем ГОСТам и СНиПам, а также постоянно осуществлять грамотно разработанную политику продаж (зависимость цены от объема продаж и условия поставки) [3].

Немалое значение при выборе материалов уделяется данным сегментом упаковке, однако акцент делается с ее яркости и привлекательности в сторону увеличения объема, удобства ее при транспортировке и утилизации.

Для продвижения продукции сегменту «Профессионалы» будет целесообразным придерживаться инструментами коммуникаций, включая каталоги, таблицы спецификации продуктов, рекламу, директ – мейл, меры по стимулированию продаж, паблисити, PR и торговые выставки.

Для стимулирования потребительского спроса в сегменте «Сделай сам» в настоящее время широко распространялся такой вид BTL, как productplacement, который представляет собой разновидность скрытой рекламы, размещение определенной торговой марки, самого товара или услуги, а так же упоминания о нем в кино, телевизионном фильме, телевизионной программе, спектакле или другом представлении.

Обычно с экранов телевизоров, со страниц глянцевых журналов герои сюжетов и статей предстают перед нами в современных интерьерах домов и квартир, они охотно делятся впечатлениями о том, как они разрабатывали дизайн своего дома и проводили строительные и ремонтные работы. Большое влияние оказывают внутренние факторы, например такие, как стиль жизни, могут повлиять на выбор масштаба и стоимости объекта или ремонтный работ.

В соответствии с целевыми сегментами был предложен ряд мероприятий для привлечения внимания :

1-й сегмент – «Профессионалы». Для того, чтобы заинтересовать данного сегмента, предлагается принимать участие в специализированных выставках. Предлагаемые категории для участия это: «Малоэтажное домостроение», «Строительство и архитектура». Главной целью для участия втаких выставках будет являться заключение договоров о сотрудничестве.

2-й сегмент – «Сделай сам». Для привлечения должного внимания этого сегмента, предлагается размещать листовки и хенгеры в подъездах жилых домов, а так же размещать информацию о компании на квитанциях об оплате.

Выбор того или иного вида коммуникаций во много будет зависеть, на конечном этапе, от стратегических целей предприятия, правильно предоставленных характеристик целевой аудитории и размера бюджета.

Важным фактором для успеха предприятия ООО «СибТеплоКомплек» будет правильно разработанная программа продвижения, это позволит её поддерживать контакт с постоянными и посредственными клиентами и партнерами, лучше понимать и придерживаться их требования к продукции и организации для взаимовыгодных отношений. На основе всего перечисленного, предприятия будет получать значительно высокую возможность для быстрого реагирования на рыночные изменения, правильно к ним адаптироваться и быстро разрабатывать программу для их устранения. Правильно поставленная цель будет являться залогом удачи для предприятия.

Список литературы:

1. Гусева М.Н., Коготкова И.З. Маркетинг в строительстве. – М.: Книжный мир, 2011. – 320 с.
2. Ильичева И. В. Маркетинг: Учебно-методическое пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 229 с.
3. Сафьянов А.Н. Формирование и развитие маркетинговой концепции управления предприятием: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.30. СПб., 1995. 17 с.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ НА РЫНОК ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОТРАСЛЕЙ

Кетова Н.Н.

Научный руководитель: к.с-х.н., доцент Каменская Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В агропромышленном комплексе России, и ее регионах идет процесс важных качественных изменений, которые связаны с продовольственными санкциями в рыночных отношениях. В таких условиях в основе управления производством, переработкой и сбытом сельскохозяйственной продукции предприятий перерабатывающих отраслей должны быть маркетинговые коммуникации.

Маркетинговые коммуникации предприятий перерабатывающих отраслей в условиях жесткой конкуренции имеет важное научное и прикладное значение, выступает задачей, от решения которой зависит успех компании на рынке. Это и обусловливает актуальность темы исследования.

Маркетинговые коммуникации предприятий перерабатывающих отраслей является настолько базовым явлением, что его нельзя рассматривать как всего лишь отдельную функцию. Скорее, это весь комплекс, увиденный с точки зрения конечного результата, т.е. глазами потребителя. Успех определяется не столько продуктом, который в нем предлагается, сколько его потребителями.[1]

Функционирование маркетинговых коммуникаций предприятий перерабатывающих отраслей должно начинаться с разработки стратегии, а далее разработка плана маркетинга, контроль и координация его выполнения через решение конкретных задач комплекса маркетинга.

Формирование и развитие маркетинговых коммуникаций предприятий перерабатывающих отраслей предполагают учет таких его функций, как: планирование деятельности предприятий по переработке на продовольственном рынке с учетом предполагаемых тенденций его развития; часть доли определенного рынка; поддержание маркетинговой деятельности на долговременные результаты.

Президентом РФ В.В. Путиным был подписан приказ о запрете на ввоз сельскохозяйственных продуктов в августе 2014 года. Около 70% импорта молочной продукции выпало на страны, которые попали под продовольственные санкции правительства РФ: Украина, Финляндия, Нидерланды, Литва и ФРГ.[2] В данной ситуации актуализируется создание мощной собственной производственной базы, ориентированной на импортозамещение. Молочная отрасль сегодня находится крайне не в простом положении.

Отметим, что продукция животноводства занимает более половины в общем объеме производства сельскохозяйственной продукции в хозяйствах Красноярского края. В топ – 20 субъектов РФ по объемам производства молока за 2015 год так же попал Красноярский край (585,4 тыс. тон.).[3]

Ценовой сегмент Красноярских производителей сосредоточен на среднем и низком уровне, в то время как премиум категория была практически целиком занята зарубежными марками.

Компанией «АгроЯрск» производится большой ассортимент молочной и кисломолочной продукции, творожных изделий, сыров, имеются значительные возможности.

Под ТМ «АгроЯрск» в 2015 году компанией было принято решение отойти от образов использовавшихся ранее героев «Зорька». Стандартная коровка, используемая во многих молочных продуктов как «33 коровы», «Молочный городок» и т.д.и произведен редизайн упаковки, тем самым улучшить цветовую гумму упаковки и визуальный образ бренда «АгроЯрск», (Рис. 1).

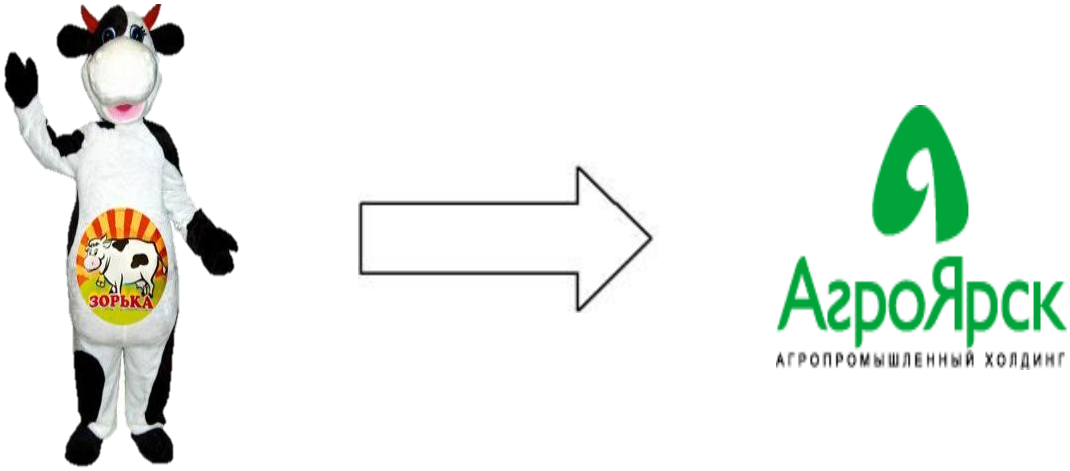


Рис. 1 – Редизайн визуального образа бренда «Агроярск»

Главными средствами маркетинговых коммуникаций для компании являлись реклама в прессе, мерчандайзинг, средства стимулирования сбыта, промо-акции, дегустации, выставки.

Основной целью любой маркетинговой коммуникации является идентификация товаров и услуг конкретного товаропроизводителя в ряду себе подобных.

ЗАО АПХ «АгроЯрск» реализует готовую продукцию только на рынке г. Красноярска, что вызвано короткими сроками хранения продукции, продукт стандартизирован, считаем нецелесообразным разработку уникальной торговой марки. Однако становится очевидным, что необходим комплекс мероприятий, направленных на продвижение торговой марки «АгроЯрск» на рынке г. Красноярска с целью повышения ее узнаваемости.

Любое мероприятие подразумевает получение какого-либо эффекта, которое в данном случае может быть выражено как с экономической точки зрения (рост объемов продаж готовой продукции, и, как результат – получение дополнительной прибыли), а с другой стороны с коммуникативной.

Программа продвижения торговой марки «АгроЯрск» за 2015 год увеличился на 3,1% по сравнению с 2014 годом. В связи с этим, в результате эффективного использования средств комплекса маркетинговых коммуникаций на исследуемом предприятии, деятельность компании оставалась стабильной и в условиях экономического кризиса.

Как только торговая марка приобретает хоть какое то знание среди потребителей - она становится брендом, пусть и очень слабым. Подобного рода мероприятия позволят в будущем повысить узнаваемость ТМ.

Таким образом, предприятие должно решить проблемы с продвижением своей продукции при помощи маркетинговых коммуникаций, для получения большей прибыли и большего количества клиентов. Ведь хорошо спланированные маркетинговые коммуникации залог успеха функционирования предприятия.

Список литературы:

1. Сотникова Е.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации как конкурентное преимущество компании / Е.А. Сотникова, М.Е. Зыкова // Вестник ОрёлГИЭТ. - №1-1(7). - янв.-март, 2009. - С. 125-133
2. http://krasnoyarsk.milknet.ru
3. http://milknews.ru

УПАКОВКА ТОВАРА И ЕЕ РОЛЬ В ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКЕ

Коняшин П.И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Амелькина И.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

На сегодняшний день упаковка товара является очень важной частью маркетинга. Она выполняет множество функций, среди которых:

- привлечение внимания;
- реклама товара;
- создание имиджа продукции;
- удобство для транспортировки и хранения.

Дело в том, что при покупке покупатель никогда не рассматривает продукт отдельно от упаковки. Для него это один товар, даже если потом он выбросит упаковку сразу после её вскрытия. Но, так как при покупке он не видит сам товар, а лишь его оболочку, то получается, что деньги он отдает именно за упаковку.

Залогом качества должно являться качество упаковки товара: она должна быть крепкой, заметной, дешевой, иметь аккуратный вид, иметь информацию о производителе, сроке годности или же сроке изготовления, а так же должна иметь магнитную полосу для невозможности кражи из торгового помещения.

В торговой политике упаковка играет очень важную стратегическую роль. Она привлекает внимание не только потенциальных покупателей, но и конкурентов. Поэтому упаковке уделяется очень много внимания, так как от нее напрямую зависит уровень продаж товара.

Упаковка имеет множество определений в самых различных сферах, давайте рассмотрим некоторые из них:

Упаковка - комплекс, состоящий из тары, упаковочного материала, укупорочных средств и других вспомогательных средств, определяющих потребительские и технологические свойства упаковываемого продукта [1].

Упаковка - процесс упаковывания, т.е. подготовка продукции к транспортированию, хранению, реализации, потреблению [2].

Упаковка - средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от влияния окружающей среды, от повреждений и потерь, и облегчающих процесс обращения (транспортирования, хранения, реализации) [3].

Упаковка – основное защитное средство товаров пищевой и не пищевой группы.[4]

Хорошая, красивая упаковка чрезвычайно важна на всех этапах пути товара от производителя к потребителю. Упаковка выполняет несколько очень важных функций:

а) она определяет, как воспринимается товар,

б) она предохраняет товар от порчи и повреждений во время транспортировки и хранения,

в) она позволяет «дозировать» товар, то есть создать оптимальные с точки зрения транспортировки, хранения и использования единицы товара,

г) она является носителем информации о товаре.

Не все потребители положительно воспринимают какие-либо совершенствования в упаковке. Так, по мнению многих из специалистов, упаковка:

1) приводит к росту цен на товары, встречаются случаи, когда упаковка стоит больше, чем товар;

2) на упаковку расходуются дефицитные ресурсы, в частности бумага, алюминий, стекло, что также приводит к увеличению стоимости товара;

3) загрязнение окружающей среды, т.е. экологические аспекты упаковки. Так, например, около 40% всех твердых отходов в США приходится на долю выброшенной упаковки. Это создает большие проблемы с ее уничтожением, требующим затрат труда и энергии, что приводит к загрязнению биосферы.[5]

В итоге можно сказать что, важность упаковки товара недооценивают. Любая дорогостоящая реклама товара бесполезна, если товар выглядит непрезентабельно. Можно с уверенностью сказать, что реклама просто привлекает внимание к товару, чей успех будет незаметен по сравнению с товаром, у которого будет приятный внешний вид. Именно по этой причине необходимо принимать во внимание все аспекты создания упаковки и принять решение какую роль она будет играть непосредственно в товарной политике.

Список литературы:

1. Ларс Валлентин./ Продающая упаковка. Первая в мире книга об упаковке как о средстве коммуникации. - М.: 2012. -80 с.
2. Издательство PIE Books. / Best Package and Wrapping Graphics- М.: 2008. – 190 с.
3. Ефремов Н.Ф. Тара и ее производство — М.: МГУП, 2001.
4. Смиренный И.Н. Лексикон упаковщика — М.: Колос, Тара и упаковка, 1998.

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ТРК «КОМСОМОЛЛ»

Которгина М.О.

Научный руководитель: доцент, Юшкова Л.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В последние годы совместно с возрастанием роли маркетинга увеличилась роль маркетинговых коммуникаций. Действительно, эффективные коммуникации с потребителями стали ключевыми факторами успеха любой организации.Предприятия различного рода деятельности, от мелких розничных торговцев до крупных товаропроизводителей постоянно адаптируют свою деятельность под требования потребителей, пытаясь реализовать несколько целей:

1) информировать потенциальных потребителей о своём продукте, услугах, условиях продаж;

2) убедить покупателя отдать предпочтение именно этим товарам и маркам, делать покупки в конкретных магазинах, посещать именно эти увеселительные мероприятия и т.д.

3) заставлять покупателя действовать - поведение потребителя направляется на то, что рынок предлагает в данный момент, а не откладывать покупку на будущее[1].

Представленные цели достигаются с помощью рекламы, взаимодействия продавцов с покупателями, нейминга, оформления витрин, упаковки, рассылки литературы, раздачи бесплатных образцов, купонов и других коммуникационных видов деятельности. Они являются важнейшим элементом в деятельности предприятия, этим и обуславливается актуальность данного исследования.

В рамках данного исследования объектом выбрана коммуникационная политика ТРК «КомсоМОЛЛ». Основная деятельность компании заключается в коммерческом управлении объектами торговой недвижимости, комплексной технической эксплуатации, сдаче площадей в аренду, правовом сопровождении, а также разработке концепций, консалтинге и продвижение объектов на рынке.Якорные арендаторы торгово-развлекательного центра:

- гипермаркет спортивных товаров «Спортмастер»;
- супермаркет электроники и бытовой техники «М-Видео»;
- парфюмерно-косметический магазин «Лэтуаль»;
- магазин федеральной сети детских товаров «Детский Мир»;
- магазин товаров для дома «Уютерра»;
- кинотеатр «Киномечта»;
- боулинг-клуб «Планета Боулинг».

Прочие арендаторы: Togas, Guess, DIM, Bizzarro, «Эконика»,Zarina, Befree, KiraPlastinina, Baon, Askona, «Фэмили», «Линии любви» и другие.

Также в ТРК «КомсоМОЛЛ» функционирует ресторанный дворик с такими известными брендами как Cinnabon, AuntieAnne’s и единственный в Красноярске легендарный финский Hesburger с уникальной концепцией «здорового фастфуда».

Прямыми конкурентами ТРК «КомсоМОЛЛ» выступают: ТРЦ «Планета», ТРЦ «Июнь», ТЦ «Авеню», ТК «Квант», ТЦ «Красноярье», «ЦУМ», ТК «Ньютон», ТЦ «ВзлёткаPlaza», ТК «На Свободном».

В комплекс коммуникационной политики ТРК «КомсоМОЛЛ» входят следующие элементы коммуникаций: реклама, личная продажа, стимулирование продаж, и PR-мероприятия. Реклама в ТРК классифицируется на ATL и BTL. К ATL относятся такие каналы коммуникации, как:

-баннеры в журналах «Телесемь», «Выбирай»;
- афиши по городу и ТРК;
- размещение рекламы на радио «Европа плюс», «Русское радио»;
- новостные сюжеты размещаются на "СТС" и "ТВК".

BTL как метод стимулирования продаж: акции, скидки, розыгрыши, мастер-классы, ярмарки, показы мод, конкурсы внутри ТРК «КомсоМОЛЛ». В рамках выявления проблем функционирования торгов-развлекательного центра было проведено исследование, целью которого являлось выявить уровень восприятия торговых центров жителями "зоны притяжения" ТРК «КомсоМОЛЛ».

Генеральная совокупность:жители города Красноярска в возрасте от 18 до 55 лет, проживающие в "зоне притяжения" ТРК "КомсоМОЛЛ". Метод опроса респондентов-личное интервью по анкете. Объем выборки: статистический анализ проведен по базе данных в 553 анкеты.В результате исследования были выявлены следующие проблемы:

1. ТРК «КомсоМОЛЛ», не рассматривается как место для шоппинга. Единственным мотивом для шоппинга в ТРЦ "КомсоМОЛЛ" является “отсутствие толчеи”. Но и этот мотив перестает работать, когда в пиковую нагрузку те немногие магазины, что есть в комплексе, наполняются людьми. Соответственно необходимо находить для потенциальных посетителей иной мотив для посещения ТРК, а шоппинг предлагать им уже внутри комплекса.

2. Якорные арендаторы чрезвычайно слабы. Магазины "Детский Мир", "М.Видео", "Спортмастер" не мотивируют из-за отсутствия уникальности, кроме того они присутствуют во всех остальных ТРК г. Красноярска. Основной причиной очень низкой доли ТРК «КомсоМОЛЛ» в посещении кинотеатров является очень низкая осведомленность потребителей: 82 % потребителей не знают какой кинотеатр расположен в ТРК. Причиной низкой посещаемости боулинга также является низкая осведомленность потребителей: не знают какой боулинг расположен в ТРК «КомсоМОЛЛ» и не видят отличий.

3. Ассортимент марок по основным популярным категориям, таким как - одежда, обувь и детские товары, уступает всем конкурентам, и потребители об этом осведомлены. Респонденты отмечают, что цены в магазинах ТРК чрезвычайно завышены, а представленный ассортимент очень скромный и не вызывает интереса.

4. У жителей зоны притяжения очень низкая осведомленность о ресторанном дворике. Люди, которые видят отличия, отмечают при этом положительные характеристики, что может свидетельствовать о наличии основы для продвижения брендов ресторанного дворика.

Помимо проблем, выявленных в ходе исследования, существует еще ряд других, вследствие которых наблюдается отток потенциальных потребителей в пользу конкурентов, а это:

-Отсутствие «якорного» гипермаркета.В связи с закрытием гипермаркета «НАШ» по причине неликвидности, ТРК несет огромные убытки и резко снижается уровень посещаемости.

-Отсутствие беспрепятственного удобного проезда к ТРК. Важнейшая проблема этого ТРК, подъезд на личном автомобиле к нему крайне неудобен и требует решения данной проблемы.

-Отсутствие банкоматов, аптек, банков, сотовых операторов, зоомагазина.Для удобства посетителей необходимо добавить в подобных арендаторов.

-Официальный сайт ТРК имеет устаревший вид и навигацию. Сайт ТРК значительно проигрывает на фоне конкурентов, необходимо провести редизайни обновить навигацию.

-Отсутствие брендовых магазинов с низкими ценами. Для молодежного сегмента отсутствуют такие популярные и доступные бренды, как H&M, NewYorker, Zara и т.д.

Рекомендации и пути решения модернизации коммуникационной политики ТРК «КомсоМОЛЛ»:

1. Мотивом для посещения ТРК могут послужить следующие мероприятия: выставка «Мир обезьян и попугаев»; ярмарка мастеров «От души»; детские мастер-классы «Капоэйра». Во время посещения мероприятий, посетители смогут увидеть на афишах и интерактивных досках, световых панелях, услышать по внутреннему радио анонсы о предстоящих мероприятиях и проводимых в ТРК акциях и скидках.

2. Необходимо концентрировать усилия на продвижении потенциально сильных но неизвестных "якорей" - кинотеатр и фудкорт. И реформировать работубудушего гипермаркета, как в потенциале основного"якоря". По итогам реформирования концентрировать на нем маркетинговые усилия. Также необходимо активно анонсировать деятельность боулинга и кинотеатра по различным каналам коммуникаций(телевидение, радио, в кинотеатре и т.п.)

3. Популярным брендам, представляющим ассортимент марок по основным популярным категориям-Zarina, Эконика, Наши детки- рекомендуется пересмотреть ценовую политику по разным группам товаров, проводить стимулирующие акции и скидки, чтобы привлечь покупателей. То же самое относится и к брендам ресторанного дворика- PizzaNeapolitan, Hesburger, AuntieAnne’s.

4. Рекомендуется сосредоточиться на таком важнейшем аспекте, как управление имиджем.Целенаправленное формирование общественного мнения играет важную роль при координации действий в рамках коммуникационной политики. Формируя определенное, удовлетворяющее стратегическим целям, общественное мнение, предприятие создает во внешней среде условия, благоприятствующие реализации функциональных задач, ставящихся перед

комплексом продвижения в целом. Поэтому деятельность по формированию общественного мнения является первичной по отношению к другим элементам комплекса продвижения.

5. Отделу маркетинга рекомендуется находить информационные поводы для контактов со средствами массовой информации и участвовать в различных городских проектах в качестве спонсора. Это позволит обеспечить ТРК возможность «быть на слуху», а так же потенциальные потребители смогут сопоставлять деятельность ТРК с определенным стилем жизни и идентифицировать позицию ТРК в обществе.

Ожидаемыми результатами решения проблем коммуникационной политики ТРК «КомсоМОЛЛ» являются:

1. Увеличение конверсии ТРК.
2. Повышение посещаемости ТРК.
3. Улучшение имиджа ТРК в сознании потенциальных потребителей.
4. Повышение прибыли.

Список литературы:

1. Стелзнер, М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета/ Майкл Стелзнер; М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013.– 250 с.

АНАЛИЗ КАТЕГОРИИ БРЕНДА

Ланцева Т.Ш.

Научный руководитель: ст.преподаватель Бордаченко Н.С.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В середине 90-ых годов рынок товаров массового потребления начинает принципиально изменяться и вскоре становится совсем не похожим на «старую» модель. В «новых» условиях значимость материальных ценностей отходит на второй план, поскольку эти ценности все реже становятся уникальными.

Стандартизированный товар, присутствующий в «прошлом», в основном не нуждался в раскрутке и продвижении. Обострившаяся конкуренция в конце XIX века определила острую необходимость поиска дополнительных принципиальных отличий между товарами, в результате чего появился новый термин «brand name».

Нынешняя стратегия брендинга опирается на то, что конечный потребитель уделяет особое внимание в первую очередь на качество, цену и т.д. А задача любого предприятия произвести товар (услугу) для удовлетворения функциональных, социальных, психологических, экономических и прочих нужд потребителя. Именно из этих критериев и складывается доверие к определённому бренду, устанавливаются долгосрочные связи между предметом торговли и конечным потребителем.

Современный брендинг играет одну из главных ролей в любом бизнесе. Безусловно, присутствие в ассортименте компании сильного бренда способствует увеличению ее прибыльности, объема продаж, а также успешности компании в целом и упрочнению позиций на рынке. Исходя из этого, вопросы, касающиеся изучения бренда, становятся достаточно важными.

Сегодня данный термин изучается как многими отечественными, так и зарубежными исследователями, каждый из которых предлагает свое понимание термина «бренд» (табл.1).

Таблица 1 – Подходы к определению категории «бренд»

Автор	Определение категории «бренд»
Джеймс Р. Грегори [2]	«…это не вещь, продукт, компания или организация. Бренды не существуют в реальном мире — это умственные конструкции. Бренд лучше всего описать как совокупность всего опыта человека, его восприятие вещи, продукта, компании или организации. Бренды существуют в виде сознания или определенных людей, или общества».
К. Бове и У. Аренс [6]	«…представляет собой набор ценностей, то есть набор различных выгод, признаков удовлетворяющих покупателя свойств, ценность которых зависит от конкретных желаний и потребностей покупателя».
Шевченко Д.А. [8]	«…знак, символ, слова или словосочетание, помогающие потребителям различать товары или услуги одной компании от другой. Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания, занимающая особое место из массы себе подобных».
Жан-Ноэль Капферер [5]	«…имя, влияющее на поведение рыночных потребителей/покупателей».
Словарь Бизнеса и	«…имя, знак, или символ, используемый для идентификации

Менеджмента [7]	товара/услуги продавца и для отличия от товара/услуги конкурентов»
Дэвид Аакер [3]	«…набор качеств, связанный с именем бренда и символ, который увеличивает (или уменьшает) ценность продукта или услуги, предлагаемых под этим символом».
Буланов А.В. [1]	«…коммерчески ценный знак, который известен определённой группе людей, вызывает в их памяти сходственную информацию и сходственное отношение к реальным или вымышленным пердметам (интерпретацию). Бренд способен влиять на поведение этой группе в интересах своего владельца, что и создаёт его коммерческую ценность. Коммерческая ценность бренда определяется также тем, насколько легко он может быть отделен от одного объекта и перенесен на другой объект или группу объектов с сохранением своей отличительной черты».
Дэвид Ф. Д'Алессандро [4]	«… это более, чем реклама или маркетинг. Это все, что приходит в голову человеку относительно продукта, когда он видит его логотип или слышит название».

Таким образом, несмотря на то, что под брендом потребители понимают какую-то определённую ценность, многие авторы выделяют разные элементы бренда, которые, по их мнению, являются главными.

Так, одни считают, что это «знак, торговая марка, символ или имя» отличающий один товар от другого. Другие думают, что это набор качеств, ценностей, совокупность человеческих знаний и опыта. Третьи считают, что бренд больше, чем реклама.

Если сложить все понятия воедино, то можно считать, что бренд - это товар, имеющий очень высокую репутацию у потребителя. И чем разносторонне и необычно маркетологи будут подходить к созданию бренда, тем больше шансов у товара на собственный успех.

Список литературы:

1. Буланов А.В. «Бренд 2.0. От философии к практике». – М. : ОАО «Красная звезда», 2013. - С. 496.
2. Джеймс Р. Грегори, «Leveraging the Corporate Brand»
3. Дэвид Аакер «Создание сильных брендов»
4. Дэвид Ф. Д'Алессандро «Brand Warfare: 10 Rules for Building the Killer Brand»
5. Жан-Ноэль Капферер профессор Стратегии маркетинга в «Школе менеджмента HEC», Франция
6. К. Бове и У. Аренс Современная реклама. М., Довгань. - 1995. - 704 с
7. Словарь Бизнеса и Менеджмента (The Dictionary of Business and Management)
8. Шевченко Д.А. «Реклама. Маркетинг. PR». Учебно-справочное пособие.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ООО «ИНВЕНТ»

Мотыль Е.Е. Кузьмина А.А.

Научный руководитель: к.т.н., доцент, Карелин О.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Маркетинговая политика консалтинговой компании ООО "Инвент" требует более новых способов программ продвижения на рынке в связи узкой целевой аудиторией. Новая программа продвижения должна в первую очередь учитывать такие особенности коммуникативной политики как: покупательскую способность и возможности психологического восприятия. Кроме того, целью абсолютно любого предприятия является получение максимальной прибыли, а одной из составляющих частей данного процесса является проведение эффективной рекламной компании и создание узнаваемого бренда.

Актуальность данной работы заключается в подборе грамотной программы продвижения для ядра целевой аудитории. Зачастую, рекламные компании бывают сомнительными и ошибочными, что в конечном итоге приводит к неоправданным затратам, и как следствие, потери доверия у целевой аудитории и, конечно же, снижение конкурентоспособности компании на рынке. Целью работы является - разработка программы продвижения консалтинговых услуг ООО "Инвент" с учетом сложившейся ситуацией на рынке, создания айдентики бренда компании.

Оценочная Компания ООО «Инвент» создана в 2011 году. На данный момент в компании работает 4 сотрудника. Компания оказывает услуги по оценке всех видов собственности с возможностью выезда экспертов для проведения экспертизы в городе Красноярске.

Оценщики занимаются составлением отчета о рыночной стоимости объекта недвижимости, сопровождают документацию в комиссии.

В рамках данной статьи для анализа ООО «Инвент» будет применен SWOT анализ - сила (strength), слабость (weakness), возможности (opportunities) и угрозы (threats) — является широко признанным подходом, позволяющим провести совместное изучение внешней и внутренней среды.

Таблица 1 - Матрица SWOT-анализа

Внутренняя среда	Внешняя среда
Сильные стороны (S) Специалисты со стажем работы более 4 лет. Четкая координация между сотрудниками. Сбалансированная ценовая политика. Репутация на рынке услуг. Регулярное обучение персонала.	Возможности (O) Расширение доли присутствия на рынке услуг. Развитие новых направлений, предоставляемых услуг Уход с рынка фирм-конкурентов. Расширение клиентской базы
Слабые стороны (W) Отсутствие стратегии продвижения. Отсутствие финансирования на рекламную деятельность компании.	Угрозы (T) Появление новых конкурентов. Сокращение расходов на консалтинговые услуги со стороны российского бизнеса. Рост темпа инфляции.

После того как конкретный список слабых и сильных сторон организации, а также угроз и возможностей составлен, наступает этап установления связей между ними.

Таблица 2 – Составление SWOT-матрицы (стратегии SO)

Предприятие / Среда	Сильные стороны (S) Специалисты со стажем работы более 4 лет. Четкая координация между сотрудниками. Сбалансированная ценовая политика. Репутация на рынке услуг. Регулярное обучение персонала.
Возможности (O) Расширение доли присутствия на рынке услуг. Развитие новых направлений, предоставляемых услуг Уход с рынка фирм-конкурентов. Расширение клиентской базы	Стратегия SO Увеличение количества предоставляемых услуг за счет хорошей организации работы сотрудников, высокого уровня обслуживания клиентов и расширения ассортимента услуг. Улучшение качества предоставляемых услуг за счет современных технических средств. Формирование и закрепление лидирующих позиции на рынке.

Таблица 3 – Составление SWOT-матрицы (стратегии ST)

Предприятие / Среда	Сильные стороны (S) Специалисты со стажем работы более 4 лет. Четкая координация между сотрудниками. Сбалансированная ценовая политика. Репутация на рынке услуг. Регулярное обучение персонала.
Угрозы (T) Появление новых конкурентов. Сокращение расходов на консалтинговые услуги со стороны российского бизнеса. Рост темпа инфляции.	Стратегия ST Постоянное повышение квалификации сотрудников. Гибкая система ценообразования на услуги компании. Разработка программы лояльности для постоянных клиентов (или клиентов с большим количеством объектов) Проведение компании по утверждению репутации и формированию положительного образа бренда компании.

Таблица 4– Составление SWOT-матрицы (стратегии WO)

Предприятие / Среда	Слабые стороны (W) Отсутствие стратегии продвижения. Отсутствие финансирования на рекламную деятельность компании.
Возможности (O) Расширение доли присутствия на рынке услуг. Развитие новых направлений, предоставляемых услуг Уход с рынка фирм-конкурентов. Расширение клиентской базы	Стратегия WO Разработка формирования программы лояльности для формирования базы клиентов, работающих с компанией на долгосрочные отношения. Достигнуть максимальных мощностей за счет нововведений. Разработать стратегию развития компании.

Таблица 5– Составление SWOT-матрицы (стратегии WT)

Предприятие / Среда	Слабые стороны (W) Отсутствие стратегии продвижения. Отсутствие финансирования на рекламную деятельность компании.
Угрозы (T) Появление новых конкурентов. Сокращение расходов на консалтинговые услуги со стороны российского бизнеса. Рост темпа инфляции.	Стратегия WT Проработать айдентику бренда компании ООО «Инвент» Участие в мероприятиях, связанных с экономической деятельностью. Разработать ряд event мероприятий, курсов для клиентов компании (налогообложение, новые нормативно-правовые акты, касающиеся кадастровой стоимости объектов недвижимости)

Для крупных предприятий сферы консалтинга характерно отсутствие рекламы, направленной на массовую аудиторию. Это объясняется тем, что массовая аудитория – это не целевая аудитория такого рода компаний. Рынок компании узок. Реклама, публикуемая в различного рода СМИ, не эффективна. Отсутствие массовой рекламы не говорит о ее отсутствии вообще. Компания «Инвент» пусть и не в полной мере, но все же занимается и развивает стратегию продвижения.

Практически любая крупная организация обязательно заказывает различную продукцию с элементами фирменного стиля организации. Не исключение и компания «Инвент».

В глобальной сети фирма представлена собственным интернет-сайтом, где содержится информация об организации, её краткая история, достижения, карточка предприятия, перечень услуг.

Для максимальной пользы работы сайта компании нами будет разработан комплекс SEO продвижения в рамках выпускной квалификационной работы.

Компания «Инвент», также, участвует в промышленных выставках и иных мероприятиях экономического направления. Специалисты компании знакомят посетителей с деятельностью организации, демонстрируют достижения компании, проводят деловые встречи и переговоры.

Несмотря на все рекламно-маркетинговые ухищрения, лучшей рекламой остается «сарафанное радио». В данном случае, это успешное сотрудничество с крупными компаниями, отмеченное, в том числе, благодарственными письмами от партнеров и статистикой компании на общедоступных ресурсах. Наличие таких рекомендаций означает, что качество продукта, цены, уровень обслуживания и сервиса были отмечены ведущими предприятиями отрасли и контролирующими органами власти г. Красноярска. Для других компаний это становится сигналом, утверждающим надежность компании «Инвент» и ее лидирующие позиции на рынке.

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ШКОЛЬНИКОВ И МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ ПОСЕЛКА БЕРЕЗОВКА БЕРЕЗОВСКОГО РАЙОНА

Мотыль Е.Е., Норина А.А.

Научный руководитель: ассистент Шелухин А.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Физическая культура и спорт, начиная с древнейших времен и до сегодняшних дней, играют важную роль в жизни человека.

Существует целый ряд приоритетных направлений, которые нужны в развитии, но физическая культура и спорт - первичная задача, от выполнения которой зависит будущее России.

В рамках данного исследования объектом выбрана спортивная жизнь поселка Березовка, Березовский район (Красноярск).

На сегодняшний день в Березовском районе продолжается работа по популяризации здорового образа жизни. В Березовском районе созданы и работают (не считая 4 детских спортивных клубов при ОШ) 6 клубов по месту жительства:

- Футбольно-хоккейный клуб «Побратимы» - постоянно занимающихся 240 человек;
- Молодежный клуб «Молодая гвардия» – насчитывает 43 члена клуба;
-Туристический клуб «Мана» - 27 постоянных членов клуба, за сезон организуют активный отдых со сплавом по реке Манна более 400 человек;
- Бильярдный клуб «Серебряный шар» - 24 члена клуба;
- Спортивный клуб при администрации с. Вознесенка - 50 человек;
- Шахматно-шашечный клуб «Белая ладья» - 18 постоянных членов клуба;

Для привлечения населения в массовый спорт в районе создаются необходимые условия - строительство новых сооружений и объектов. Данный факт является позитивной тенденцией, однако физическая культура – та область, которая не требуют больших капиталовложений. Проведение эстафет, кроссов, туристических походов не требует никаких либо сооружений.

В рамках данного исследования предложены мероприятия, направленные на усовершенствование и пропаганду здорового образа жизни.

Цель данных мероприятий: популяризация спортивной жизни, пропаганда здорового образа жизни, отказ от алкогольной и табачной продукции продукций, а также отказ от наркотических веществ в любых их проявлениях.

Все мероприятия распределены на год для того, чтобы у школьников и молодежи был выбор направления спортивного кружка, которые будут посещаться и в рамках которого готовиться к соревнованиям, а также для того, чтобы формировать положительное отношение к спорту и показать подрастающему поколению многообразие направлений физической подготовки.

План мероприятий:

Зима:

1. Всемирный день снега (соревнование по лыжным гонкам, биатлону, конькобежным гонкам).
2. День хоккея (организация межшкольных соревнований).
3. 10 декабря – всемирный день футбола (организация межшкольных футбольных матчей).

Весна:

1. День единоборств (в рамках данного мероприятия планируется организация соревнований по различным видам единоборств: карате, тайский бокс, джиу-джитсу, греко-римская борьба и др.).
2. День марафона (конкурс забегов на различные дистанции).

Лето:

1. Организация соревнований по баскетболу.
2. Организация соревнований по волейболу.
3. Организация соревнований по велоспорту.

Осень:

1. Организация теннисных турниров.

Также в рамках исследования предлагается провести мероприятия-беседы со школьниками, на предмет вреда наркотических веществ. В последнее время случаи употребления синтетических наркотиков стали происходить практически повсеместно. В рамках данного мероприятия планируются беседы школьников со специалистами УФСКН Российской Федерации, медицинскими работниками.

В рамках проекта предлагается проводить беседы с родителями. На данных дискуссионных мероприятиях предлагается поднимать такие вопросы как:

1. Как узнать, что мой ребенок принимает наркотические вещества.
2. Как грамотно оказать помощь, не вызывая у ребенка чувство страха перед родителями.

В рамках проекта для школьников Березовского района предлагается провести ряд мероприятий-эстафет:

1. «Бег чемпионов» Команды стоят на линии старта в колонну по одному, у направляющих в руках «медаль» с надписью СПОРТ ПРОТИВ НАРКОТИКОВ. По свистку направляющие одевают «медаль» на шею и бегут до фишки, расположенной в конце зала, оббегают ее и возвращаются обратно, передавая «медаль» следующему игроку. Выигрывает команда закончившая первой.
2. «Нам этого не нужно» На последней перекладине шведской стенки закреплены трубочки в виде сигарет по количеству участников. Задача участников: добежать до шведской стенки, залезть наверх, оторвать «сигарету», спуститься (не спрыгивать) и бросить сигарету в урну, находящуюся внизу. Потом вернуться к команде и передать эстафету следующему игроку. Выигрывает команда, закончившая первой.
3. «Покажи свои знания» За минуту команде из 4-ех человек необходимо записать как можно больше видов спорта. Выигрывает команда, написавшая больше.

Также предлагается организация кинопрокатов фильмов спортивной тематики. В рамках данных кинопрокатов предлагается показывать фильмы-биографии известных спортсменов.

Результатами работы проекта ожидается:

1. Полный или частичный отказ молодежи от алкоголя и наркотических веществ.
2. Популяризация здорового образа жизни.
3. Развитие спортивно-досуговых клубов.

МЕХАНИЗМ ОРГАНИЗАЦИИ ПОИСКОВОГО МАРКЕТИНГА В РЕКЛАМНЫХ КОМПАНИЯХ

Соболев В.В.

Научный руководитель: ассистент Шелухин А.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В последние время рынок Интернет-рекламы твердо преобразуется в одну из наиболее важных отраслей маркетинга, открывая компаниям новые инструменты ведения бизнеса, коммуникации с конечными пользователями и конкуренции на рынке. Вслед за ростом рынка интернет рекламы последовало " взросление " приборов маркетинга, были изготовлены средства для оценки эффективности рекламы, машины по сбору статистики действий пользователей, аналитические приборы и многое другое. Появились новейшие подходы в рекламе, новейшие подходы в маркетинге и произведение брэнда, без осмысливания, которых невозможно эффективное управление рекламной кампанией фирмы.

Поисковый маркетинг вид маркетинга в сети Интернет, подключающий в себя продвижение страниц, в результате, улучшая видимость Интернет-ресурса на странице результатов поисковых запросов поисковая выдача через оптимизацию и поисковую рекламу [1].

Поисковый маркетинг может использовать поисковую оптимизацию, направленную на достижение более высокого рейтинга в поисковой выдаче страниц методом улучшения, корректировки и переписывания содержимого веб-сайта, или применять модель платы за клик для записей [2].

Рынок для полной оценки актуальности и вероятной эффективности поискового маркетинга необходимо оценить рынок предоставленного направления. В 2012 году, динамика роста поискового маркетинга намного больше традиционной рекламы, включая остальные каналы интернет-маркетинга.

В 2012 году в Северной Америке рекламный бюджет поискового маркетинга составил 19,51 миллиардов долларов США. Крупнейшими игроками на рынке поискового маркетинга являются google, adwords, bing ads, и сервис из Китая-baidu.

Для получения большего эффекта от оптимизации веб-сайтов с внедрением поискового маркетинга выделяют следующие категории методик и характеристик:

1) Исследование и анализ основных слов, который включает в себя три этапа:

а) На первом этапе необходимо удостовериться, что интернет-сайт может быть проиндексирован роботами поисковых систем;

б) На втором этапе следует найти наиболее актуальные и известные ключевые слова для ресурса и его страниц;

в) На третьем этапе и с поддержкой данных основных слов необходимо производить и изменить трафик на сайте.

Эффект разбора и изучения основных слов в дальнейшем воздействует на поисковое восприятие.

Влияние поискового восприятия, в свою очередность, описывает обнаруженную модель деяния итогов поиска определенного бренда на потребителей, и учитывает заголовок и мета-теги запрашиваемой страницы, индексацию интернет-сайта, и фокус основных слов. Так как поиск в Интернете нередко является основным шагом для вероятных клиентов, действие поискового восприятия сформировывает воспоминание бренда на шаге главного касания.

2. Такие предпосылки как насыщенность интернет-сайта и его известность, или то, как представлен веб-сайт в поисковых системах, имеют все шансы быть проанализированы с помощью количества страниц интернет-сайта, какие индексируются в поисковых системах (насыщение) и какое количество наружных ссылок вводят на данный интернет-сайт (известность). Для достижение предоставленного эффекта, необходимо убедиться в том, что страницы содержат ключевые слова, по которым их имеют все шансы находить вероятные покупатели и убедиться в том, что они довольно популярны в поисковых запросах.

3. Инструменты веб-аналитики имеют все шансы предоставлять данные о веб-сайте и его гостях и разрешают измерить характеристики веб-сайта. Они представлены как простыми счетчиками трафика, так и устройствами, которые работают с файлами журналов (логов) и более трудными устройствами, основанных на тегировании страницы (встраивание скриптов на странице, какие отслеживают действия пользователя). Данные приборы так же могут отдать очень полезную информацию о конверсии.

4. Сайт, успешный для мобильных пользователей - тест от google, который предполагает определение дружественных к телефонам веб-страниц, и наделение их ценностью при ранжировании в результатах мобильной выдачи. Платное включение, включает в себя взимания платы со стороны компании поисковой системы за включение интернет-сайта на страничках итогов поиска - также известно, как показ платных объявлений.

Данный вид сервиса предоставляется большинством компаний и может отображаться на странице результатов в ключевой области, или же в раздельно выделенной рекламной области.

Взимание платы сразу решает две задачи - фильтр против чрезмерных подач рекламных объявлений, а еще генератор заработка. Как правило, стоимость покрывает годовую подписку на одну веб-страницу, которая будет автоматом включена в каталог на постоянной базе. Тем не менее, некоторые компании экспериментируют на основе с неподписной оплатой, где приобретенные места показов отображаются постоянно. Также может использоваться плата за клик.

Естественно, что любая поисковая система отличается. На некоторых сайтах позволено оплачивать только вложение, это менее удачно. Чаще, практически все поисковые системы, такие как Yahoo!, соединяют платное включение (на странице и плату за клик) с результатами розыска.

Другие же, как к примеру google,ask com, запрещают платное включение в итоги поиска (объявления же показаны отдельно и помечены как таковые).

Некоторые недоброжелатели платного включения утверждают, что это является предпосылкой итогов поиска, основанных наиболее на денежные возможности веб-сайта, нежели на релевантность этого интернет-сайта запросам конечных пользователей. Часто граница меж оплатой рекламы за клик и платного включения является спорным. Некоторые выступали за различные платные включения, которые будут помечены как рекламная информация, в свою очередность защитники требуют, что они не являются на самом деле объявлениями, так как веб-мастера не контролируют их содержание, рейтинг, или даже тот факт, что были ли они показаны любым пользователями.

Платное включение является не только способом поискового маркетинга само по себе, но еще и инструментом поисковой оптимизации, так как специалисты и компании имеют все шансы испытать различные подходы к улучшению ранжирования их страниц и увидеть результаты нередко в перемещение нескольких дней, в обмен ожиданий практически многих недель или месяцев. Знания, обретенные таковым способом, имеют все шансы быть применены для оптимизации других веб-страниц, не прибегая к оплате поисковым системам.

Сравнение с поисковой оптимизацией Поисковый маркетинг является широкой дисциплиной, которая включает в себя еще поисковую оптимизацию. Поисковый маркетинг включает в себя как

платные результаты поиска (с помощью таковых устройств, как гугл adwords или bing ads, ранее узнаваемый как microsoft adcenter), так и органических результаты поиска (поисковая оптимизация).

Поисковый маркетинг и поисковая оптимизация должны часто отслеживаться и обновляться, чтобы постоянно приносить наилучший результат. В некоторых вариантах термин" Поисковый маркетинг" употребляется только для обозначения оплатой за клик, в индивидуальности в коммерческой рекламной области и в маркетинговых обществах, имеют энтузиазм в этом узком определении.

Данное использование исключает широкое сообщество поискового маркетинга, которое занято другими формами поискового маркетинга, такими как поисковая оптимизация и поисковой ремаркетинг.

Проплаченная поисковая реклама не обошлась без споров, и вопрос о том, как должна отображаться реклама на страницах результатов поисковых систем был целью серии исследований и докладов. Еще одним моментом в этических спорах был аспект, связанный с поисковым маркетингом - вопрос о нарушении торговой марки. В 2009 году Google изменил свою политику, которая ранее запрещала данный подход. И теперь позволяет использование третьими сторонами фирменных торговых марок ровно до тех пор, пока их целевая страница действительно содержит информацию о данной торговой марке. Хотя политика давно изменена, она продолжает быть темой жарких дебатов.

Список литературы:

4. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: Высшая школа, 2010. – 524с

5. Герасимова Г.Н. Маркетинговые коммуникации основных игроков рынка мобильного Интернета// Практический маркетинг. –2012. –No1. – с. 32-35

6. http://www.cmsmagazine.ru/library/items/advance/poiskovyj_marketing/

8. http://ru.knowledgr.com/01168332/

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БРЕНДОВ ООО «ЮНИМИЛК-КРАСНОЯРСК»

Строкин И.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Конкурентный анализ брендов компании представляет собой исследование их индивидуальных характеристик с целью определения сравнительной картины сильных и слабых сторон как брендов компании, так и ее конкурентов, характера будущей стратегии компании, единой основы для разработки результативной, эффективной ассортиментной стратегии. Основным методом для анализа будет оценка качества продукции, выпускаемой под брендами ООО «ЮниМилк-Красноярск» и мониторинг известности брендов компании;

Первый метод исследования заключается в изучении мнений потребителей относительно качества молочной продукции. Для этого потребителям было предложено ответить на вопросы специально разработанной анкеты. На основе выставленных оценок покупателей можно наглядно отразить положение брендов компании по сравнению с конкурентами в системе координат «средняя оценка»-«согласованность мнений» (таблица 1).

Таблица 1 – Расчетные показатели, необходимые для построения карта потребительских оценок качества продукции

№ п/п	Бренд	Среднее значение	Дисперсия оценок, σ	Доля рынка, %
Сегмент традиционных продуктов				
1	Млада	3,30	1,89	1,1
2	Петмол	4,20	0,92	2,4
3	Арта	3,70	1,06	1,1
4	FIN	4,70	1,57	1,2
5	Исток	4,80	2,25	2,8
6	Никольское	3,90	2,69	4,9
7	Валио	5,30	2,21	1,2
8	Летний день	6,90	2,38	8,0
9	Крестьянский двор	4,30	2,06	1,5
10	Село луговое	6,10	2,08	4,2
11	Домик в деревне	6,40	1,96	2,9
12	Веселый молочник	6,50	2,01	5,2

13	Для всей семьи	5,80	1,75	8,2
14	Простоквашино	8,40	1,43	20,4
Сегмент «новых» продуктов				
15	Fruttis	3,17	1,17	0,8
16	Услада	3,50	1,05	0,6
17	Фругурт	3,50	1,05	1,4
18	Чудо	5,00	0,89	1,6
19	Мажитэль	5,50	1,05	0,5
20	Danone	6,83	1,72	2,1
21	Актуаль	7,00	1,41	0,9
22	Даниссимо	8,17	1,17	0,9
23	БиоБаланс	9,50	0,55	2,3
24	Активиа	9,17	0,75	2,2
Сегмент детского питания				
25	Агуша	9,00	1,15	1,9
26	Тема	9,17	0,90	2,1
27	Фрутоняня	6,17	1,34	0,3
28	Здрайверы	6,17	1,07	1,1
29	Смешарики	7,83	1,07	0,5
30	Disney	6,33	0,94	0,9
31	Растишка	8,17	1,07	2,5

На основе рассчитанных критериев были построены двумерные карта с распределением молочных брендов (рисунки 1-3)

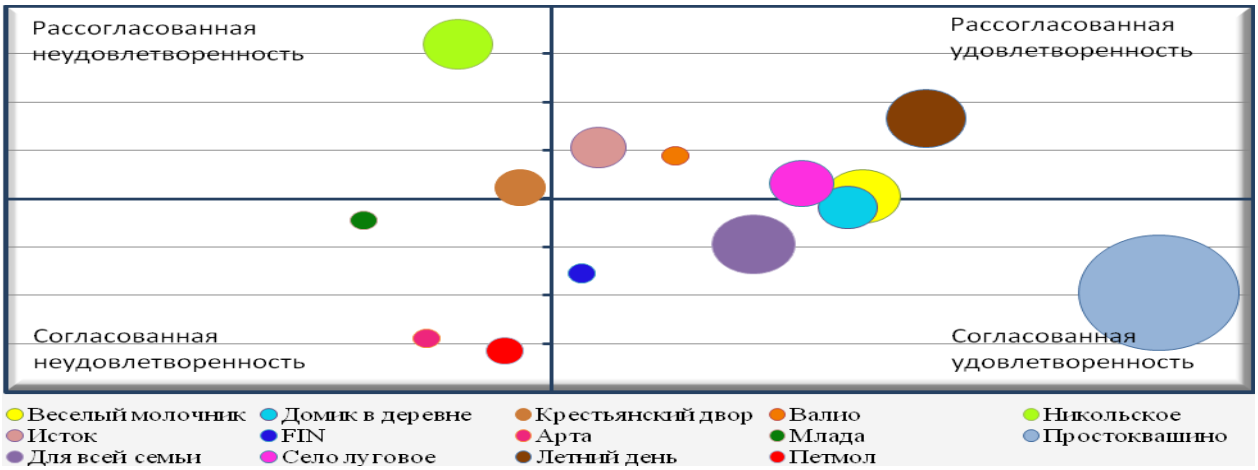


Рисунок 1 – Карта потребительских оценок качества продукции торговых марок традиционного сегмента в г. Красноярске

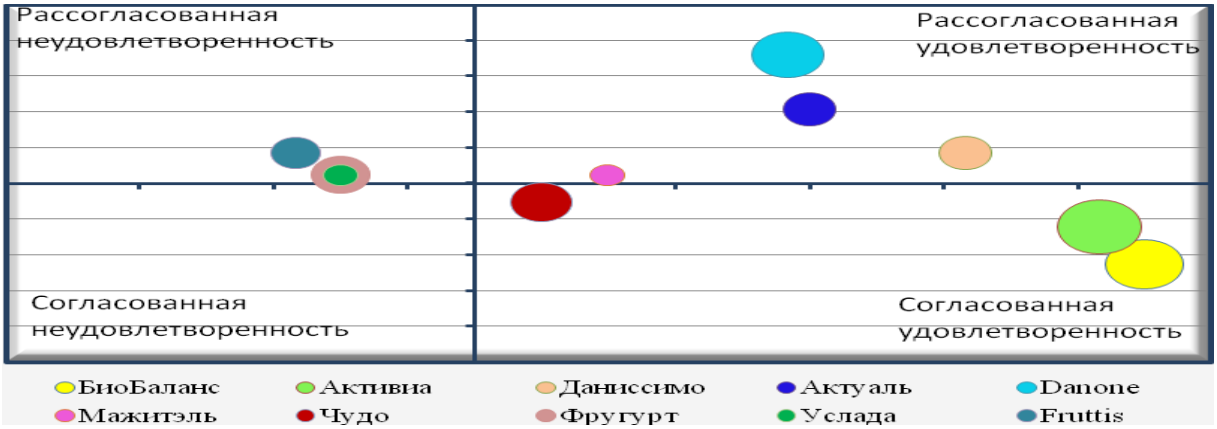


Рисунок 2 – Карта потребительских оценок качества продукции торговых марок «нового» сегмента в г. Красноярске

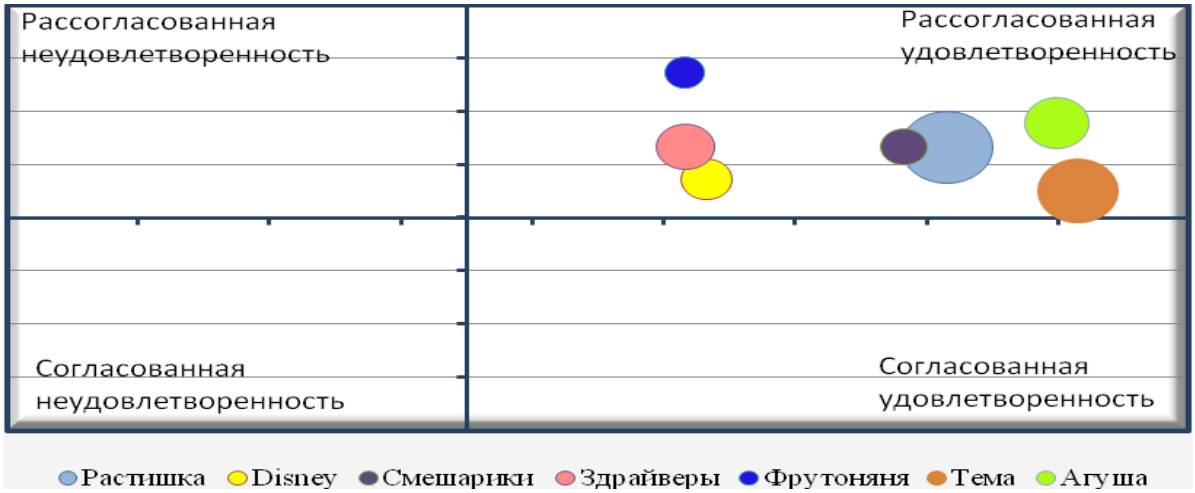


Рисунок 3 – Карта потребительских оценок качества продукции торговых марок сегмента детского питания в г. Красноярске

Построенные карты потребительских предпочтений говорят о том, что бренды «Простоквашино», «Для всей семьи», «БиоБаланс» удовлетворяют потребности покупателей – это показывает степень согласованности ответов всех респондентов. Продукты брендов «Актуаль», «Летний день» и «Село луговое» располагаются в квадранте «рассогласованная удовлетворенность», т.е. в целом потребители довольны качеством продукции, но не все так ответили, а некоторая часть. Единственный бренд Филиала «ЮниМилк-Красноярск», попавший в область «согласованная неудовлетворенность» – это «Петмол». Автор склоняется к мысли, что низкие оценки эти продукты получили в большей степени не из-за плохого качества, а просто от недостатка информации и известности этого продукта среди населения. Что касается продукции детского направления, соответствующие бренды располагаются также в области рассогласованной удовлетворенность, как и все бренды конкурентов. На взгляд автора, это нормальная ситуация для отрасли детского молочного питания, т.к. мамы более тщательно выбирают продукты для детей и выявить полное согласование в таких продуктах довольно сложно.

Анализ известности брендов молочных продуктов проведен также анкетированием. Потребитель отвечает на вопрос анкеты, выставляя баллы (или ранги) по каждому из перечисленных брендов. Результативный показатель степени известности брендов рассчитывается при помощи метода оценки факторов – ранжирования и способа измерения факторов – шкалы порядка.

Данные для расчета приведены в таблице 2: ранг известности бренда определен по максимальному количеству ответов по каждому бренду; данные по объемам продаж характеризуют количественное выражение продаж компании всех продуктов каждого бренда за март 2016 г.

Таблица 2 – Данные для ранжирования известности молочных брендов ООО «ЮниМилк-Красноярск» зависимости параметров

№ п/п	Бренд	Ранг известности	Объем продаж, тонн
1	Простоквашино	1	1337,02
2	Для всей семьи	2	1198,25
3	БиоБаланс	3	258,61
4	Летний День	4	382,26
5	Село луговое	5	316,28
6	Смешарики	6	26,05
7	Актуаль	7	45,84
8	Тема	8	65,93
9	Disney	9	1,96
10	Петмол	10	2,31

Наиболее крепкая позиция по мнению респондентов – у зонтичного бренда «Простоквашино», наиболее слабая- у бренда «Петмол».

Таким образом, проведенное исследование показало, что компании «ЮниМилк-Красноярск» следует поддерживать свои классические бренды и проработать стратегию управления брендами более молодыми.

Список литературы:

1.Фирсенко С.С. Товарная политика предприятия, учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080301.65 «Коммерция (торговое дело)» 080111.65 «Маркетинг»/ С.С. Фирсенко, Е.В. Щербенко; ГОУ ВПО КГТЭИ.- Красноярск, 2010, 278 с.

ФЕСТИВАЛЬ КАК МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Суворова Е.В., Радостев А.В., Андреева М.В.

Научный руководитель: к.т.н., профессор Антамошкина О.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современных условиях возрастает роль гражданского общества, уровень развития которого становится одним из решающих факторов политического, социально-экономического развития страны в целом и Красноярского края в частности.

В соответствии с Конституцией РФ, законодательными актами РФ, Указами и Распоряжениями Президента РФ развитие институтов гражданского общества, поддержка гражданских инициатив, а также поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций являются актуальной задачей и требуют эффективной работы субъектов гражданской активности.

Некоммерческие организации города Красноярскасегодня ведут ряд проектов и мероприятий, которые повышают социальную активность населения, снижают уровень социальной тревожности, повышают уровень социального самочувствия, и стимулируют развитие институтов гражданского общества.

На сегодняшний день накопился ряд барьеров в деятельности НКО такие как: недостаточная поддержка социальных инициатив, слабая заинтересованность со стороны СМИ, отсутствие достаточного количества кадров для деятельности НКО, отвечающих потребностям инициативной среды.

Также существует основная проблема социально-ориентированных некоммерческих организаций связанная с нехваткой денежных средств, возникающая из-за не своевременного перечисления субсидий и не стабильной экономической ситуации, вызванной снижением курса рубля и ростом цен. Финансовые средства НКО получают в основном либо от государства и федеральных программ, либо от своей собственной предпринимательской деятельности (использования своего имущества, процентов по ценным бумагам, оказания платных услуг и т.д.). Однако существует и третий вид дохода - это средства, полученные от благотворительности различных спонсоров, партнеров и частных лиц, но этот вид пока приносит не так много средств, по причине безызвестности многих социально-ориентированных некоммерческих организации города Красноярска для коммерческих компаний.

Так как в современном ведении бизнеса социально-ответственная деятельность компании оказывает почти решающее влияние на ее репутацию, организациям города Красноярска, желающим укрепить свой имидж, необходимо демонстрировать социальную составляющую своего бизнеса, инвестируя в организации города Красноярска с высоким уровнем социальной ответственности.

Поэтому для коммерческих компаний Красноярска – спонсорство, партнерство и благотворительность социально-ориентированных некоммерческих организаций города может являться эффективным инструментом для укрепления своей репутации. Для этого коммерческим компаниям необходимо учитывать совпадение целевой аудитории объекта спонсорской или благотворительной поддержки, для наиболее эффективного вложения средств.

Из вышесказанного следует, что для решения проблем социально-ориентированных некоммерческих организаций и коммерческих компаний желающих укрепить свою репутацию необходимо организовать мероприятие которое будет располагать возможностями создания партнерских отношений, и где будет присутствовать целевая аудитория двух сторон участников.

Таким мероприятием станет фестиваль «Лев мой друг», который будет полезен для местных гражданских инициатив и социально-ориентированных некоммерческих организаций как способ проявить себя, ознакомить со своими достижениями и привлечь население города в свою деятельность, а также как способ привлечения новых кадров, отвечающих потребностям инициативной среды.

Коммерческие организации города Красноярска могут повысить имидж своей компании благодаря спонсорскому или партнерскому участию в фестивале.

Фестиваль – это действо культурно-развлекательного характера, который проводиться обычно в виде общегородского праздника, — достаточно распространенный вид эвент-маркетинга.

Фестиваль планируется провести на открытом воздухе.Наиболее подходящей площадкой для проведения фестиваля «Лев мой друг» выбран краевой дворец молодежи «Парк на Каменке». Такой выбор обусловлен тем, что территория парка позволит с удобством разместить всех участников и посетителей фестиваля, а также парк географически расположен рядом с районами проживания целевой аудитории. К тому же цель фестиваля направлена на улучшение деятельности таких социально-ориентированных некоммерческих организаций как само культурное пространство «Каменка».

ДляФестиваль «Лев мой друг» выбрано 27 августа 2016 года, что приурочено к окончанию летнего сезона и началу учебной деятельности в образовательных учреждениях.

–привлечения наибольшего числа целевой аудитории (окончание каникул и отпусков);

– возможность для семей среднего достатка выбрать внешкольную занятость для своих детей перед началом нового учебного года;

– возможность приобретения школьных принадлежностей по низким ценам от партнера проекта ООО «Ермак» для семей среднего достатка с детьми в преддверии нового учебного года;

– 27 августа выходной день, когда участники, спонсоры и партнеры проекта не заняты своей основной деятельностью.

При реализации проведения фестиваля «Лев мой друг» будет решена главная задача - это знакомство населения и организаций города Красноярска с местными гражданскими инициативами и социально-ориентированными некоммерческими организациями. Повышение их посещаемости и привлечение спонсорских средств в их деятельность.

Работа площадок социально-ориентированных НКО повысит интерес населения к их деятельности, найти новых благополучателей, воспитанников, подростков среди привлеченной целевой аудитории, также молодых студентов с активной гражданской позицией и не работающих пенсионеров в поисках социально значимой занятости. Многие семьи смогут найти внешкольную занятость для своих детей, а также приобрести школьные принадлежности в преддверии начала учебного года.

СПОНСОРСТВО И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ: ОБЩЕЕ И ОТЛИЧНОЕ

Токмашова.М.Д.

Научный руководитель: ст.преподаватель Амелькина И.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Результаты маркетинговых исследований в западных странах свидетельствуют о том, что спонсорство и благотворительность сегодня развиваются быстрее, чем любой другой вид маркетинговой деятельности по ряду причин: с одной стороны, большинство компаний все чаще отказываются использовать только лишь традиционные рекламные инструменты и ведут поиск нестандартных способов заявить о себе. Благотворительность и спонсорство во многих случаях могут стать такими способами.

Среди многообразия PR-инструментов, спонсорство и благотворительность являются едва ли не самыми популярными и успешными.

Несмотря на достаточно долгую историю существования как спонсорства, так и благотворительности, единого определения у этих феноменов до сих пор не существует. В связи с этим разные источники информации по-разному трактуют эти понятия (табл. 1).

Таблица 1 – Срез терминов «благотворительность» и «спонсорство»

Автор	Трактовка	
	Спонсорство	Благотворительность
Журавлев Д. [5]	Спонсорство – многосторонняя деятельность по созданию и поддержанию образа жизни	Благотворительность – оказание безвозмездной помощи и услугами за счет благотворителя
Райзберг. Б.А. [4]	Спонсорство - деятельность юридических лиц основанное на соглашении между организациями	Благотворительность – оказание помощи бедным
Фирсов М.В. [3]	Спонсорство - инструмент, позволяющий организации связать бренд с мероприятием	Благотворительность - человеколюбие, забота об утешении участи человечество
Пьер Санун [7]	Спонсорство - деловые отношения между различными	-

	сторонами физических и юридических лиц	
Даль В.И. [2]	Спонсорство - любая коммуникация, про которой объединяются различные организации	
Говард и Кромптон [8]	-	Благотворительность деятельность, посредством которой частные ресурсы добровольно распространяются их обладателям
Людвиг Витгейштейн [1]	-	Благотворительность - добровольная деятельность по поддержке социальных проектов
С.Чедвик [6]	Спонсорство- форма продвижения интересов организации	
Макиенко И.И. [9]	-	Благотворительность – собирательный термин, про помощь бездомным
Роберт Пейтон [4]	Спонсорство - привлечение средств компании, с целью достижение нужного рекламного эффекта	-

Так чем же отличается спонсорство от благотворительности?

Во-первых, в отличие от благотворительности, спонсорство выступает разновидностью рекламы, может и даже должно приносить материальную выгоду спонсору. Таким образом, спонсорство подразумевает под собой коммерческую ценность.

Во-вторых, спонсорство подразумевает взаимные обязательства сторон и наличие определенных условий, т.е. своего рода договорные отношения, по сути – сделка.

Благотворительность же в свою очередь – это оказание бескорыстной помощи тем, кто в ней нуждается. Особое отличие благотворительности от других видов финансирования - свободный выбор благотворителем времени, вида и места помощи. Кроме того, состав такого рода помощи определяется благотворителем исходя из его видения нужд, что означает зачастую материальную не денежную помощь или оказание услуг.

Общим же, как для спонсорства, так и для благотворительности можно считать тот факт, что благотворительность и спонсорство имеют только один общий аспект - одна сторона предоставляет другой некий ресурс.

Список литературы:

1. Алексеев С. В. "Спорт: экономика, право, управление", 2011,

2. Большой юридический словарь. — М.: Инфра-М. А. Я. Сухарев, В. Е. Крутских, А.Я. Сухарева. 2003.

3. https://tochka.com/info/glossary/?srch

4. http://philanthropy.ru/intervyu/2012/04/28/7638/#.VvS-4OKLSUk

5. https://ru.wikipedia.org/wiki

6. http://pr-news.su/publicat/n8_9/8-9_8.htm

7. Белокрыльцева А, Белокрыльцев Д – «Бизнес. Благотворительность. Общественное мнение»

8. Суворова.О – «Бизнес и предпринимательство»

9. Сборник методических разработок уроков благотворительности. – Министерство образования Московской области, 2013.-94 С.

СЕКЦИЯ 13 ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Подсекция 13.1. История

XX СЪЕЗД КПСС И ЕГО СОЦИАЛЬНО - ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Великанова М. В., Кравченко Д.С.
Научный руководитель: д.и.н., профессор Рогачев А.Г.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

XX съезд КПСС открылся 14 февраля 1956 г. Его общей задачей стал отказ от прежней сталинской политической и экономической системы и переход к демократическому обновлению социализма. Дальнейшее экономическое соревнование с капитализмом должно идти в условиях мирного сосуществования. Формировалась социалистическая система, росло влияние коммунистов в капиталистических странах, широкий масштаб приняло движение сторонников мира. Хрущёв провозгласил на съезде курс на реформы в экономическом, социальном и политическом развитии общества. К сожалению, главная цель реформ оказалась явно утопической и, как выяснилось впоследствии, даже социально опасной. Лидер партии отстаивал необходимость прямого движения к коммунистическому обществу. Эта политическая утопия в виде фантастических и демагогических программных положений будет окончательно оформлена на XXI и XXII съездах КПСС. [1]

Важнейшее историческое значение имело закрытое заседание XX съезда КПСС 25 февраля 1956 г., на котором делегаты слушали доклад Н.С. Хрущева «О культе личности и его последствиях». Доклад достаточно адекватно отразил общественные потребности советского народа, оказал огромное влияние на положение дел внутри страны и за рубежом. [2]

Сразу же после окончания съезда текст доклада издали в виде небольшой книги. Первоначально предполагалось, что она будет доступна только членам партии - ответственные партийные работники должны познакомить с ней рядовых коммунистов. Но уже в конце марта 1956 г. по указанию Хрущева доклад оказался открытым для ознакомления всех граждан страны. Для этого повсеместно на предприятиях и в учреждениях провели специальные собрания, в том числе в школах для учеников старше 14 лет. В результате за несколько недель десятки миллионов советских людей могли получить достаточно подробную информацию о «секретном» докладе. 16 марта газета «Нью-Йорк Таймс» поместила соответствующую информацию, а 4 июня госдепартамент США опубликовал текст доклада. Представители СССР отказались признать его подлинность, но и не опровергли этот документ.[3]

В июне 1956 г. ЦК КПСС принял постановление «О преодолении культа личности и его последствий», которое более 30 лет оставалось на деле единственным официальным документом, определявшим отношение к роли Сталина в истории советского государства. Поэтому важно отметить, что в постановлении не признавалась прямая связь культа Сталина с общественно-политическим строем социализма, и отвергалось само понятие «сталинизм». В июле 1956 г. в парторганизации поступило письмо ЦК КПСС с рекомендациями, как «правильно» обсуждать решения XX съезда. Новое письмо сверху в декабре 1956 г. потребовало от коммунистов организовать борьбу с «вылазками антисоветских враждебных элементов» и повысить бдительность.[4]

Летом 1956 г. консерваторы в Президиуме ЦК КПСС - Г. М. Маленков, В.М. Молотов, Л.М. Каганович - объединились и стали готовиться к реваншу. Венгерские события осени 1956 г. напугали советское руководство: пришлось использовать вооруженные силы СССР в подавлении антикоммунистических мятежников. Однако, в отличие от консервативного большинства Президиума, Н.С. Хрущев считал необходимым продолжать движение вперед, а не пятиться назад к сталинизму. Планы смещения не в меру активного в разоблачении культа Сталина руководителя поддержали Н.А. Булганин, К.Е. Ворошилов, М.Г. Первухин, М.З. Сабуров и другие. 18 июня 1957 г. на заседании Президиума ЦК путем открытого голосования Хрущева отстранили от председательствования. Но Хрущёв и его сторонники сумели созвать Пленум ЦК в Кремле. Когда он, состоявший в основном из выдвиженцев Хрущева, открылся, то консерваторы поняли - дело проиграно. Поэтому все «фракционеры и раскольники», теперь уже получившие ярлык «антипартийной группы», проголосовали вместе с Пленумом. Только Молотов при голосовании воздержался (вскоре его направили послом в Монголию). Н.С. Хрущев, опиравшийся на партию и силовые органы, одержал полную победу. Отставка его противников со всех серьезных государственных постов теперь стала делом ближайшего времени.[5]

В дальнейшем вплоть до октября 1964 г. в стране формально действовало «коллективное руководство», но фактически все решал Н.С. Хрущев. В 1958 г. Хрущев совмещает пост Первого секретаря ЦК с должностью Председателя Совета Министров СССР

Список литературы:

1. Рогачёв А.Г Исторический опыт отечественных модернизаций в России (V- XXI века): монография / А.Г. Рогачёв; Санкт-Петербургский ин-т внешнеэкономических связей, экономики и права». Филиал в г. Красноярске. - Красноярск: РИО НОУ ВПО «СПб ИВЭСЭП» в г. Красноярске, 2010. С138

2. Кофман Я.М. Реформы и контрреформы в новейшей отечественной истории…- С.58-59.

3. Верт Н. История Советского государства. 1990-1991.пер.с фр.2-е изд.-М.: Прогресс-академия, 1994.- С.395.

4. Политические партии России в контексте её истории…- С.300-301.

5. Рогачёв А.Г Исторический опыт отечественных модернизаций в России (V- XXI века): ……С. 140.

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА СССР В 1965-1985 ГГ.

Стал-оол А. С., Чагар-оол О.В., Сан-оол А.А.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Рогачев А.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Новая экономическая модернизация началась в марте 1965 г., когда состоялся Пленум ЦК КПСС по сельскому хозяйству. Он обосновал важность реформы управления в аграрной отрасли и стимулировал ее. Выводы и рекомендации Пленума способствовали разработке аргументированной системы государственных мер, направленных на оздоровление экономики колхозов и совхозов, повышение коллективной и личной заинтересованности в развитии сельскохозяйственного производства. Еще осенью 1964 г. отменили почти все неоправданные ограничения в отношении приусадебных хозяйств колхозников и работников совхозов. Сельские жители вскоре также получили разрешение увеличить свои хозяйства с 0,25 до 0,5 гектара. Устранялись ограничения в пользовании личным скотом. Надо отметить, что еще при разработке планов посевной кампании на 1965 г. большинство колхозов и совхозов стихийно во много раз сократили планы посевов кукурузы - даже там, где ее выращивание приносило пользу и выгоду. [1]

В общей сложности за 1965-1985 гг. ассигнования в сельское хозяйство составили 670,4 млрд. рублей. Гигантские средства инвестировали в мелиорацию и химизацию. В девятой пятилетке государство выделило на мелиорацию 22,2 млрд. рублей, а в одиннадцатой - уже 29,5 млрд. Почти вдвое выросли поставки минеральных удобрений. В девятой пятилетке их поставили в аграрный сектор в объеме 301 млн. тонн, в десятой - около 390 млн. тонн. За этот период закупочные цены на сельхозпродукцию увеличились в два раза. Общая энерговооруженность труда в расчете на одного работника выросла с 7,7 лошадиной силы в 1965 г. до 32,6 в 1985 г. Надежнее стала социальная защищенность крестьянства: ввели пенсионное обеспечение и социальное страхование колхозников. Достаточно широко развивалось культурно-бытовое и жилищное строительство в сельской местности. Но как при этом повышалась отдача, эффективность сельскохозяйственного производства? Наиболее весомым стал прирост валового продукта в аграрном производстве в годы восьмой пятилетки - 21%, т.е. 4,2% в среднем каждый год. Больше таких результатов добиться не удалось. В девятой пятилетке общий прирост составил 18%, в десятой -9%, в одиннадцатой - 6% , т.е. с одной стороны - мощное нарастание вложений в сельское хозяйство, с другой - падение прироста с 4% до 1% в год. Эффективность колхозного производства резко упала. В 1970 г. колхозы страны получили 8,1 млрд. рублей прибыли, а в 1980 г. - 200 млн. рублей убытка. Все это подтверждало наличие экономического кризиса социализма в СССР вообще и колхозной системы в частности. Принятая в 1982 г. Продовольственная программа, несмотря на гигантские усилия и затраты промышленных предприятий по развертыванию своего аграрного сектора, полностью провалилась.[2].

Сложившаяся система управления не могла принять для модернизации другие, не административные способы управления сельским хозяйством. Иначе возник бы убийственный для партийно-государственного аппарата вопрос: а зачем сам-то он нужен крестьянам? Это еще раз подтвердил эксперимент Ивана Худенко. Еще в ноябре 1960 г. Совет Министров СССР разрешил сотруднику своего аппарата организовать в совхозе Акчи в Казахстане новую систему труда и оплаты. Худенко предложил распределить все работы между звеньями - небольшими группами рабочих. Эти звенья получали полную хозяйственную самостоятельность. Единственное требование,

поставленное перед ними, - произвести свой продукт качественно и своевременно. Достигнутые результаты оплачивались без ограничения заработной платы. Худенко добился поразительных результатов: себе стоимость зерна упала в 4 раза, прибыль на одного работника возросла в 7 раз, зарплата работников - в 4 раза. И. Худенко представил расчеты, из которых следовало, что введение его системы по всей стране позволит увеличить производство зерна в 4 раза, сократить число занятых в сельском хозяйстве в 7 раз: вместо 35 млн. человек потребовалось бы только около 5 млн.[3]

Эксперимент Худенко поставил под удар всю политическую элиту СССР. После долгого и пристрастного следствия в экспериментальном совхозе, конечно, нашли различные экономические вольности. Худенко «подвели» под длительный срок лагерного заключения, во время которого он скончался.

Страна продолжила движение по привычному пути. По-прежнему выделялись огромные средства, но их не могли эффективно использовать, и капиталовложения уходили неизвестно куда, как вода в песок. Бесхозяйственность процветала, поскольку в эффективном труде не были заинтересованы ни работники, ни менеджеры. Работнику - только бы работать в общественном секторе поменьше, а в личном побольше. А менеджер зависел не столько от результатов труда, сколько от благосклонности партийно-государственных аппаратчиков.[4]

Список литературы:

1. Рогачёв А.Г Исторический опыт отечественных модернизаций в России (V- XXI века): монография / А.Г. Рогачёв; Санкт-Петербургский ин-т внешнеэкономических связей, экономики и права». Филиал в г. Красноярске. - Красноярск: РИО НОУ ВПО «СПб ИВЭСЭП» в г. Красноярске, 2010. – С.148

2. Кофман Я.М. Реформы и контрреформы в новейшей отечественной истории…- С.105-106.

3. Геллер.М. История России. 1917-1995 гг.4-хтт. Утопия у власти. Том второй. Кн 2- С.212-213.

4. Рогачёв А.Г Исторический опыт отечественных модернизаций в России (V- XXI века): …С.150.

КОММУНИСТИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ Н.С. ХРУЩЕВА И СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Колесникова А.Ф. , Лактисова Ю.А., Делявская И.Е.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Рогачев А.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В октябре 1961 г. XXII съезд КПСС утвердил «коммунистический проект» - принял третью Программу партии, провозгласившую построение коммунистического общества за 20 лет. Она фактически стала вредной утопией, нанесшей тяжелый удар по государству и обществу. Уже очень скоро стала ясна вся политическая ошибочность и опасность этого решения.

В чём заключалась главная ошибка Н.С. Хрущёва в подходе к дальнейшей модернизации страны? Хрущёв искренне верил в человека «коммунистического», освободившегося от сталинской тирании, сознательно строящего новое общество. Общество, в котором все будут социально равны. Окончательно исчезнут зависть, корыстные побуждения, преступность. Труд автоматизируется, станет творческим, превратится в одну из важнейших жизненных потребностей. Н.С. Хрущёв не мог понять, что такой коммунизм есть царство «крестьянской натуральной ограниченности», а само общество должно превратиться в секту новой религии.

Гораздо более реальным ещё в значительной степени крестьянской сельской стране первой трети пятидесятых годов представляется продолжение новой экономической политики двадцатых годов. Людям следовало дать опять возможность стать экономически активными как в городе, так и в деревне. Именно тогда имелась возможность запустить современный китайский вариант развития.

Прежняя сталинская модель опиралась на террор, насилие и рабский труд миллионов заключённых. Новое руководство страны и партии сразу после смерти И.В. Сталина попыталось сделать экономику страны более стабильной и современной, а управление ею - более гибким. Сентябрьский Пленум ЦК КПСС 1953 г. среди экономических мер в первую очередь рассмотрел положение сельского хозяйства. Руководство пошло по пути ослабления налогового давления на сельскохозяйственное население страны - колхозников и население городков и поселков аграрного и полуаграрного типа. В 1953-1954 гг. заметно снизили нормы обязательных поставок государству продуктов животноводства хозяйствами колхозников, рабочих и служащих.[1]

Инвестиции в сельское хозяйство в 1954-1955 гг. составили 34,4 млрд. рублей - на 38% больше, чем за всю четвертую пятилетку. В сельскую местность отправились специалисты в области сельского хозяйства, осевшие до этого в различного рода учреждениях. В 1954 - 1955 гг. началось

массовое освоение целины, которую традиционно поднимали сотни тысяч комсомольцев и большое количество заключенных из многочисленных концентрационных лагерей. К середине 1956 г. 33 млн. гектаров целинных и залежных земель распахали и засеяли. Позднее на целине начнутся серьезные проблемы, например, пыльные бури, с которыми еще немного раньше столкнулись Канада и другие страны. Но прорыв сделали. Климатическое своеобразие огромной страны заключалось в том, что если в традиционной зоне российского земледелия бывал неурожай, то целина, наоборот, давала зерно. В 1956 г. получили огромный урожай на целинных землях - 63,2 из 127,6 млн. тонн зерна по всей стране.[2]

Эффект от решений 1953 г. в области сельского хозяйства, по оценкам специалистов, сохранялся примерно до 1957-1958 гг. Период 1954-1958 гг. считается поэтому самым успешным за всю историю советской колхозной деревни. Прирост валовой продукции сельского хозяйства за эти годы на 35,3%, по сравнению с предшествующим пятилетием, достигнут в основном за счет освоения целины и увеличения продуктивности личных подсобных хозяйств. С 1954 по 1956 гг. в СССР впервые за послевоенный период наблюдался прирост сельского населения. Приостановилось бегство из деревни, и закономерный процесс урбанизации постепенно стал входить в нормальные рамки.[3]. Однако 6 марта 1956 г. совместным постановлением ЦК партии и Совмин запретили увеличивать размеры приусадебных участков колхозников за счет общественных земель и даже рекомендовали их сокращать. Здесь же закрепили принцип ограничения количества скота, находящегося в личной собственности колхозников, с учетом местных условий.

К сожалению, курс на укрепление личных хозяйств и собственности жителей советской деревни дальнейшего развития не получил. В мае 1957 г. у Хрущева опять проявился «коммунистический» рецидив. Он потребовал от партийных организаций, государственного аппарата, советских граждан догнать США по производству мяса, молока и масла в течение 3-4 лет, то есть к 1960-61 гг. увеличить производство мяса в стране в 3,2 раза. Для справки: в 1956 г. США произвели 16 млн. тонн мяса, а СССР - 7,5 млн. тонн. [4].

В стране не оказалось реальных предпосылок для такого рывка. Животноводство напрямую зависит от сборов зерна, а его недоставало. Лозунг «Догнать и перегнать Америку!» родился еще в 1930-е гг. Зачем ее догонять и тем более перегонять не совсем понятно. О жизни в США советские люди почти ничего не знали, но многие справедливо считали ее богатой страной. В агитационных целях лозунг Хрущева звучал привлекательно, но на деле попытка его реализации привела к катастрофе в колхозном и личном животноводстве. Поголовье скота резко упало, сельские коммунисты сдали на мясокомбинаты своих коров. Народ опять активно побежал из деревни.

Список литературы:

1. Рогачёв А.Г Исторический опыт отечественных модернизаций в России (V- XXI века): монография / А.Г. Рогачёв; Санкт-Петербургский ин-т внешнеэкономических связей, экономики и права». Филиал в г. Красноярске. - Красноярск: РИО НОУ ВПО «СПб ИВЭСЭП» в г. Красноярске, 2010. – С.140-141.

2. Геллер М. История России. 1917-1995 гг. 4-х тт. Утопия у власти. Том второй. 1945-1985. Книга вторая. Мировая империя/ М. Геллер, А. Некрич.-М.: Изд-во «МИК», изд-во «Агар», 1996.- С.113-114, 116.

3.История России XX век А. Н. Боханов, М.М. Горинов, В.П. Дмитриенко и др.-М.: ООО «Изд-во АСТ-ЛТД»,1998.- С 524.

4.Геллер М. История России. 1917-1995 гг. 4-х тт. Утопия у власти. Том второй.Кн-2. - С.118.

ФОРМИРОВАНИЕ ДРЕВНЕРУССКОГО НАРОДА

Скрипченко К.Д., Степанова А.В.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Рогачев А.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Формирование древнерусского народа как полиэтнического вело к созданию оригинальной материальной и духовной культуры. В VI в. нашей эры имелись заметные успехи в области обработки металлов и создании прогрессивных земледельческих орудий. Постепенно соединялись три хозяйственно-технологических уклада, три типа образа жизни: оседлый, кочевой, бродячий. Главным элементом древнерусской культуры, в котором славянское доминирование полностью присутствует, стал язык.

Древние славяне писали так, как требовало время и место. По буквам оказались ближе к финикийцам, грекам и этрускам. За пять веков до Кирилла изобрел «буквицы» старец Иероним. А в

Крыму – по мере оседания там части словено-русов и принятия ими христианства – сложились свои «письмена».

Около 860 г. в Крыму Кирилл нашел Евангелие и Псалтырь «роусскими письменами писано». Эти тексты Кирилл и Мефодий положили в основу новой славянской грамоты. И в 863 г. в Моравии братья перевели с греческого на новый славянский письменный язык те же Псалтырь и Евангелие. Так они стали создателями славянской письменности [1]

Восточные славяне - словене ильменские, кривичи, вятичи, дреговичи, радимичи, древляне, северяне, поляне, волыняне, уличи, белые хорваты, тиверцы – вели оседлый образ жизни, занимались охотой, рыболовством, бортничеством. Между тем главным занятием восточных славян в целом являлось пашенное земледелие, которое требовало огромного труда. Такой вывод подтверждается многочисленными археологическими раскопками. Важным достоверным фактом трудовых подвигов народа – лингвистический анализ названий месяцев славянского календаря: сечень, березозол, серпень, жнивень. Эти определения соответствуют циклам сельскохозяйственных работ и их характеру труда [2] Подтверждают эти выводы и свидетельства иностранных гостей-купцов.

Постепенно осуществлялась модернизация земледельческой техники у восточных славян. В VII-IX веках в период их дальнейшего интенсивного расселения по лесной полосе Восточной Европы существенную роль играло подсечное земледелие. Такой способ ведения сельского хозяйства требовал огромных затрат труда. Осуществлялись трудоемкие работы: рубка леса, корчевание пней и сжигание остатков лесообработки. Поэтому славяне жили и трудились большими коллективами, первобытнообщинным строем, патриархальным укладом. Собственность оставалась коллективной, правовой порядок осуществлялся как обычное традиционное право. Социальной ячейкой общества являлось патриархальная семейная община, большая семья, определявшаяся понятием «вервь».

Любая общественная модернизация в ту пору осуществлялась относительно медленно. Но рост населения ставил вопрос о совершенстве орудий труда, о рациональном использовании земли, имеющейся в распоряжении славянских родов. Возможность безудержного освоения новых лесных территорий резко сокращалась. Требовалась интенсивная обработка уже введенных в оборот почв.

Когда появились новые орудия труда, технология двуполья и трехполья, происходит заметная модернизация общественных отношений. Теперь выросшие из патриархата семейные общины теряют прежнее значение. Появляется соседская община, состоящая из отдельных малых семей, которые вели собственное хозяйство на основе индивидуализированной собственности.

Улучшение земледельческой техники, совершенствование ремесел, развитие торговых отношений продолжали и углубляли материальное неравенство. Труд отдельных семей становится источником частного присвоения и накопления имущества: скота, денег, рабов. Социальное неравенство впредь становится источником прогресса и модернизации: Возникает потребность в военной и правовой защите богатств от соперников и соседних этносов. Правовые привилегии богатым слоям могло дать только государство. Поэтому восточные славяне постепенно переходят из протогосударственного состояния «вождества» к созданию собственной государственности. [3]

Можно отметить, что протогосударственная модернизация восточных славян развивались в тесном взаимодействии с европейской цивилизацией. Славяне многое заимствовали у своих более развитых в культурном плане соседей, но и сами передавали им свой опыт. Так же важно подчеркнуть самобытный и оригинальный характер славянского общественного прогресса.

Список литературы:

1. Золин П.М. Русь до Руси. Славны ли русы? –/П.М. Золин. Новгород, 1991.- С.40-41.

2. Платонов О.А Русский труд. –/О.А. Платонов. М.: Современник, 1991.- С.6

3. Рогачёв А.Г Исторический опыт отечественных модернизаций в России (V- XXI века): монография / А.Г. Рогачёв; Санкт-Петербургский ин-т внешнеэкономических связей, экономики и права». Филиал в г. Красноярске. - Красноярск: РИО НОУ ВПО «СПб ИВЭСЭП» в г. Красноярске, 2010. – С.18-19.

СОЗДАНИЕ ДРЕВНЕРУССКОГО ГОСУДАРСТВА

Отмахов А.О., Федоров А.В.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Рогачев А.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Летописец Нестор в «Повести временных лет» отмечает, что славяне в 862 г. «изгнали варяг за море, и начали сами с собою владеть, и не было среди них правды, и встал род на род, и была у них усобица и стали воевать друг с другом». И сказали себе: Поищем себе князя. И пошли за море к

варягам к руси. Те варяги назывались русью. Сказали руси чудь, славяне кривичи и весь: «Земля наша велика и обильна, а порядка в ней нет. Приходите княжить и владеть нами». [1].

Эту версию историки обычно именуют норманнской легендой. «В ней говорится о событиях 60 -годов IX в., когда среди ряда северных славянских племён возникали острые разногласия. Разрешить этот конфликт оказалось, возможно, лишь с помощью обращения к одному из варяжских конунгов Рюрику, который согласился «княжить и володеть» в Новгороде. По сообщению летописи, это произошло в 862 г.»

Именно этот рассказ, обнаруженный немецкими учёными, работавшими в России в середине XVIII в. (Г. Миллер, Г. Байер, А. Шлецер), лёг в основу теории, получившей название норманнской, и стал основой длительных споров. «Учёные разделились на два лагеря – норманистов и антинорманистов по вопросу образования Древнерусского государства. Одни из них с большей долей доверия относились к сообщению летописи (Н.М. Карамзин, С.М. Соловьёв и др.), другие же резко отвергали ряд фактов, проводимых «Повестью временных лет» Например, Рюрика называли и славянином, и финном, и готом. Оспаривал происхождение термина «русь» от наименования скандинавского племени русь М.В. Ломоносов. Сегодня эти споры заметно утратили свою актуальность. И центр дискуссии сместился к вопросу более существенному - действительным причинам возникновения государственных образований»[2]

Итак, Древнерусское государство возникло в Новгороде в 862 г. «В 882 г. Олег переносит столицу в Киев, который становится «матерью городов русских». Но «отцом» остаётся Новгород, своеобразным русским «политическим инкубатором». Государственность восточных славян возникла и сложилась, как отмечалось уже в первой главе гораздо раньше».

В государственной модернизации наших предков важен вопрос о реальных взаимоотношениях с их соседями. Эти отношения оказались напряжёнными. Славяне подверглись натиску с двух сторон: с севера на них оказывали влияние скандинавские племена, с юга же им приходилось противостоять нападению степных кочевников. Но с варягами у них обнаружились общие интересы: их связывало единое стремление к совершению походов Византию.

Естественно, не варяги создали Древнерусское государство. Государственная модернизация имеет дело с процессом двусторонним, в котором внешние и внутренние факторы неотделимы друг от друга. Дело здесь в соединении разнородных элементов, синтез которых порождает совершенно новый сплав.

Первые правители Древнерусского государства - Рюрик, Олег, Игорь, Святослав, Владимир активно опирались в своих действиях на варяжские дружины.

«По мере проникновения в дружинную среду славянской племенной верхушки, а также в результате отпора, полученного со стороны Византии, завоевательные устремления стали ослабевать. Создались условия для постепенного становления Руси как государственного образования со свойственными ему функциями.»[3]

Другой модернизационной задачей, так же вытекавшей из тех оснований, на которых государство возникло, являлась оборона славянских земель от натиска последовательно сменявших друг друга степных кочевников - хазар, печенегов, половцев. Нередко эта борьба со «степью» по форме мало чем отличалось от завоевательных походов, и приносила несомненные успехи. Например, Святославу, сумевшему в 965-967 гг. полностью разгромить Хазарский каганат, или Ярославу, прекратившему набеги на Русь печенегов (1036г.). Однако давление степи являлось постоянным и непрерывным на протяжении многих лет русской и российской истории.

В течение X века активно развивается внешняя политика Руси. Огромную роль в ней играют взаимоотношения с Византией, которые постоянно модернизируются. Это видно по заключённым с ней договором 907, 911, 945 гг.

«Как сообщает А.Н. Сахаров, князь Святослав во время подготовки и осуществления первого похода на Дунай в 967- 968 гг. заключил тайный договор с Константинополем «[4].

Дальнейшее сближение с Византией происходит при князе Владимире, когда Русь принимает православное крещение. Этот фактор резко усиливает культурную модернизацию русского общества и права.

«Н.М. Карамзин описывает, ссылаясь на Константина Баянородного и Нестора, развитие широкой византийско - русской торговли. Так на Русь шёл пурпур, одежда, сукна, сафьян, перец, вино и фрукты. Мёд, воск, меха, невольники поступали в Константинополь».[5]

Список литературы:

1.Хрестоматия по истории России: учеб. пособие / авт.-сост. А.С. Орлов, В.А. Георгиев, Н.Г. Геоггиевав, Т.А.Сивохина. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.- С.17.

2.Отечественная история: Учеб. пособ. /под. науч. ред. А.Г. Рогачёва…- С.16.

3. Рогачёв А.Г Исторический опыт отечественных модернизаций в России (V- XXI века): монография / А.Г. Рогачёв; Санкт-Петербургский ин-т внешнеэкономических связей, экономики и права». Филиал в г. Красноярске. - Красноярск: РИО НОУ ВПО «СПб ИВЭСЭП» в г. Красноярске, 2010. – С.21

4.Сахаров А.Н. Дипломатия Святослава. – 2-е изд. доп./А.Н. Сахаров. М., Междунар. отношения. 1991. - С.141.

5.Карамзин Н. М. История государства российского в 12-ти томах. Т1/ Под. ред. А.Н. Сахарова; Н.М. Карамзин.- М.: Наука, 1989.- С.167.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ИСТОРИИ КАК ПРОБЛЕМА ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МОЛОДЕЖИ

Валюнова А.В.

Научный руководитель: к.и.н. доцент Мезит Л.Э.

Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, Красноярск, Россия

Тема фальсификации исторических знаний стала одной из актуальных тем последних лет. И самой уязвимой здесь является молодежь, которая зачастую доверяет многим источникам информации. Искаженные знания молодого поколения отражаются и на историческом сознании. Под историческим сознанием молодежи мы понимаем совокупность знаний и представлений молодых людей о прошлом, способов интерпретации прошлого в настоящем, форм использования опыта прошлого для самоидентификации в настоящем и ориентации на будущее [1]. В основе исторического сознания лежат исторические факты (события, явления, процессы). Однако люди, как правило, воспринимают не сами факты, а информацию об этих фактах. Информация не всегда имеет объективный характер, потому как подвержена влиянию носителей информации, не свободных от субъективных оценок. Возникает различие интерпретаций исторических событий, явлений, процессов, деятельности субъектов политики, различие убеждений самих носителей исторического сознания [2]. Отсюда вытекают массовые заблуждения, ведущие к фальсификации истории, причинами которых в наше время являются многие факторы. Прежде всего, это отсутствие единого мнения в самой общественности на некоторые факты истории страны. Влияние современной исторической литературы, которая, к сожалению, не всегда содержит достаточно достоверных сведений и формирует ложные знания. Еще одной причиной массовых заблуждений являются программы на массовых телеканалах, где эксперты не всегда могут быть историками и высказывают мнение, исходя из своей личной позиции, чаще всего не отраженной в историографии.

Для исследования отношения к проблеме фальсификации истории автор провел эмпирическое исследование среди молодежи г. Красноярска (в КГПУ им. Астафьева) и участников молодежного форума «Наука 0+» (286 человек в возрасте от 18 до 23 лет). Целью эмпирического исследования стало выявление отношения к проблеме фальсификации истории. Исследование проводилось методом анкетирования.

Анализируя результаты проведенного исследования автор выяснил мнение респондентов на проблему фальсификации истории. Наиболее дискуссионными, с точки зрения респондентов являются следующие сюжеты отечественной истории: итоги Второй мировой войны, роль СССР в разгроме фашизма (преувеличение роли США в иностранных исторических источниках). Респонденты высказывают мнения о формировании мнения об СССР как стране-агрессоре, прежде всего, в странах Прибалтики. Они считают, что в годы Второй мировой войны, советский войска не освободили, а наоборот оккупировали данные страны, и это мнение сохраняется до сих пор, хотя оно и недостоверно.

Времена, названные «сталинскими репрессиями» внесли определенную лепту в вопрос фальсификации истории. С середины 1930-х гг. идея мировой революции сменилась теорией построения социализма в отдельно взятой стране. Радикальные изменения во всех сферах жизни общества сопровождались обширной идеологической кампанией, основной задачей которой стало утверждение новых ценностных ориентиров, прежде всего воспитание патриотизма. Важнейшим инструментом реализации этой задачи стала история, поэтому 1930-е гг. ознаменовались глубокими изменениями в сфере исторической науки и образования, и в отношении к истории власти и общества. Также шло исправление идеологически ненадежных исторических данных дореволюционной истории, которая искажалась и преподавалась с преобладанием ярких отрицательных красок эпохи и завышенной ролью рабоче-крестьянского класса. Наиболее активные

революционные деятели, которые могли помешать Сталину закрепиться у власти, дискредитировались в глазах общественности, предавались суду, а затем либо расстреливались, либо отправлялись в ссылку. Следует заметить, что в период сталинского правления в курсе истории ВКП(б) во многих важных событиях роль вождя ставилась на первое место, порой даже выше В.И. Ленина. Таким образом, в эпоху «сталинского террора» фигура И.В. Сталина становилась ключевой, что негативно сказалось на дальнейшем развитии истории страны, прежде всего периода до Октябрьской революции 1917 года. После развенчания культа личности на XX съезде КПСС в 1956 г. потребовалось немало времени для восстановления подлинных материалов и формирования нового полноценного курса истории страны, где не было «белых» страниц.

Российско-украинские отношения в свете событий 2014-2015 гг. приобрели высокую степень напряженности. В СМИ и среди общественности теме украинских проблем уделялось достаточно пристальное внимание, и это не могло, не повлиять на мнения респондентов. И действительно, автор не раз слышал о новых исторических «сенсациях», которые подрывали многовековые русско-украинские отношения. Респонденты говорят о том, что страна стремится быть ближе к Европе и не иметь с Россией ничего общего. Таким образом, влияние политических событий последних двух лет оказали серьезное влияние на мировоззрение молодежной среды. В российских СМИ не раз говорилось о концепциях новой истории Украины, которая стремится воспитать в молодом поколении ненависть к России как к агрессору.

Отсутствие до недавнего времени единого стандарта по истории, породило большое количество интерпретаций в учебной литературе сложных вопросов истории. В России в 1990-е годы появилось несколько линеек учебников по истории России и мира, и каждый авторский коллектив описывал исторические факты, опираясь на разные виды источников, что привело к расхождению мнений в разных учебниках. Отсюда можно пояснить, что респонденты столкнулись с разными линейками учебников и посчитали для себя правильно одну из них, а другую выдали за фальсификацию. Подобное мнение, но уже по поводу исторических источников подразумевает то, что, возможно, некоторые советские источники содержат идеологическую оценку различных событий и явлений, что не совмещается с современными точками зрения. Но все же данные источники ценны информацией, не подвергшейся коммунистической правке.

Важным источником фальсификации истории респонденты считают некоторые ресурсы сети Интернет, которые основаны на недостоверных источниках и литературе, либо информация в них намерено, искажена, возможно, даже и с политической целью. А если учесть, что молодое поколение чаще всего изучает историю по интернет-статьям, то стоит задуматься, насколько грамотную информацию они получат из них. К счастью, сегодня, в целях популяризации истории, разработаны ресурсы, созданные компетентными людьми, которые стремятся показать молодому поколению «чистый исторический Интернет», где отсутствует любая фальсификация фактов и событий.

Встречаются и достаточно нейтральные точки зрения, например: «восприятие истории, субъективно, каждый воспринимает факты по-своему». То есть, респонденты с подобным мнением оценивают исторические события каждый раз по-разному, в зависимости от своего отношения к тому или иному событию.

Делая общий вывод, можно сказать о том, что фальсификация истории достаточно животрепещущая тема для современной молодежи, но, к сожалению, она сводится к политическим фактам на Украине, противостоянии США и России (СССР) и изменениям истории в идеологических целях. А это значит, что восприятие молодежью фальсификации истории это отражение политических реалий нашего времени.

Список литературы:

1.Мерзлякова И.Л., Линченко А.А., Овчинникова Э.В. – Об историческом сознании современной молодежи/И.Л. Мерзлякова //СОЦИС. 2014. № 12. - С. 89-96.

2.Утенков В.М, Закалин А.С. – Об историческом сознании современной молодежи/В.М. Утенков // СОЦИС. Социологические исследования – 2000. - №6. - С. 119-122.

ПОРТРЕТЫ И СУДЬБЫ ЖЕН ИВАНА IV ГРОЗНОГО

Борщенко М.А. Суденкова А.А.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Павлюкевич Р. В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Одним из самых известных правителей в истории России является Иван Грозный. Фигура монарха овеяна ореолом таинственности, а его жестокость вошла в легенды. Многие историки и публицисты, часто называют Ивана Грозного «Русской синей бородой», и это справедливо. За свою

жизнь грозный царь сменил восемь жен. Судьба многих из них трагична, некоторые из них стали жертвами норова грозного царя.

Первой женой Ивана Грозного стала боярская дочь Анастасия Захарьина-Юрьева (от ее брата пошел род Романовых). Иван Грозный женился на ней в шестнадцатилетнем возрасте. Этот брак и особенно происхождение Анастасии вызвали негативную реакцию знати. Она была доброй и ласковой, родила царю шестерых детей, из которых выжило лишь двое. Иван Грозный сильно любил её. Анастасия начала тяжело болеть и скончалась, не дожив до тридцатилетия. Царь подозревал, что его любимую жену отравили, и был прав. Современные исследования обнаружили в останках Анастасии следы ртути. Значение этой женщины в жизни царя было колоссальным. Из всех людей окружавших царя, она и митрополит Макарий имели на Ивана Грозного сильное влияние. Более того по мнению многих исследователей, именно ее уход из жизни оказал на Ивана Грозного сильнейшее влияние. С ее смертью добрый царь Избранной рады стал превращаться в грозного царя Опричнины.

Второй женой царя была Кабардинка Кученей, получившая при крещении имя Марии Темрюковны. Из всех жен Ивана Грозного её можно назвать самой жестокосердной, дикой и кровожадной. Темрюковна была красивой статной женщиной и очень нравилась Ивану Грозному, но отношения у них не были гладкими. Пока царь Иван наслаждался оргиями в Александровской слободе, Мария в Москве практически открыто сожительствовала с многочисленными любовниками. Так, как предлагают историки, один из них, мог быть дворянин Федоров, организовавший заговор против самодержца. Иван жестоко расправился с женой и любовником. Федорова он убил собственноручно, а Мария скончалась от болезни. По другим данным, царь уморил её сам.

После смерти второй жены царь недолгое время оставался холостяком. Для выбора новой супруги, царь устроил массовые смотрины, в которых приняло участие около 2000 претенденток дворянского происхождения. Победительницей стала Марфа Собакина – родственница Малюты Скуратова, одного из ближних сподвижников царя. Однако она в скором времени заболела. Свадьба все-таки состоялась, но вскоре Марфа умерла. Как утверждал Иван Грозный, женой ему она так и не стала, что и было зафиксировано церковным советом. Принято было считать, что девушка была отравлена. Современные исследования не находят в её останках мышьяка, ртути и других тяжелых металлов, однако это ни о чем не говорит. Яд мог быть и растительным. Обнаружить его спустя 4 века практически невозможно. В смерти невесты царь подозревал брата предыдущей жены, которого и посадил на кол.

В скорее после смерти очередной супруги царь задумывает новые смотрины. На этот раз избранницей царя стала Анна Колтовская. По православным канонам жениться можно не больше трех раз. Иван Грозный смог оказать достаточное давление на духовенство, которое вынуждено было выдать Ивану специальное персональное разрешение на четвертый брак. Супруга оказалась натурой пылкой, интересной и властной, но более любвеобильной, чем нужно. Подобно второй супруги грозного царя она завела любовников, на чем и попалась. Один из них, князь Ромодановский, проникал в опочивальню к Анне в женской одежде. По удивительному стечению обстоятельств эта посетительница приглянулась и самому самодержцу, после чего её привели в царскую спальню. Там всё и раскрылось. Ромодановский был убит, Анна пострижена в монахини.

Задумавшись жениться в пятый раз, Иван понимал, что получить церковное позволение будет очень тяжело, поэтому он решил церковь проигнорировать. Новая свадьба произошла в 1553 г. Правда после первой брачной ночи Иван обнаружил, что супруга не невинна. Этот факт вызвал у царя бурное негодование и гнев. На другой день он посадил её в сани, приказал запрячь этот транспорт дикого коня и на всем скаку спустить в пруд на корм рыбам.

После этих событий, Иван Грозный сочетался браком со следующими женами, игнорируя православные обряды. В 1575 г. Иван Грозный жениться на родственницы очередного своего фаворита Умного-Колычева. Однако вскоре новый фаворит попал в опалу и был казнен. Жену же царь отослал в монастырь, где она и скончалась.

Предпоследней супругой царя стала Василиса Мелентьева, женщина, ставшая вдовой по вине самого грозного царя. Её первого мужа он предварительно отравил. В народе новую пассию называли «женище». Она долго не допускала к себе царя, пока не стала царицей, пыталась его дисциплинировать. Это дало свои результаты. Он стал более смирным и даже перебрался в Москву из Александровской слободы, но тут обнаружил, что у Василисы имеется любовник – Иван Колычев. Их похоронили рядом.

Последней женой Ивана Грозного стала Мария Нагая, по описанию современников она была писаной красавицей и умницей. Хотя их свадьба была сыграна по правилам, церковь не дала на неё разрешение. Поэтому многие считали её незаконной, а ребенка незаконнорожденным. Вскоре Мария

надоела царю. После смерти Ивана Грозного её вместе с сыном отправили Углич. После убийства царевича Дмитрия Марию отправили в монастырь.

В целом мы можем констатировать, что жены Ивана Грозного не смотря на их многочисленность, не оказали прямое влияние на историю нашего государства. Но их косвенное влияние было колоссально. Их поведение, судьбы оказали сильное влияние на нрав грозного царя.

Список литературы:

1.Виппер Р.Ю. Иван Грозный. /Р.Ю. Виппер. М.-Л., 1944.
2.Бахрушин С.В. Иван Грозный. /С.В. Бахрушин. М., 1945.
3.Скрынников Р.Г. Иван Грозный./Р.Г. Скрынников. М.: Наука, 1975.
4.Смирнов И.И. Иван Грозный. /И.И. Смирнов. Л., 1944.

ТИБЕТСКИЙ ВОПРОС КИТАЯ

Гришанова Е.И.
Научный руководитель: к.и.н., доцент Павлюкевич Р. В.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Тибет –это регион в Центральной Азии, который расположен наТибетском нагорье. Тибет не просто регион мира, но и особая религиозная и культурная общность. Главную отличительную черту, которой представляет тибетский язык. Коренным населением являются тибетцы, они очень отличаются от китайцев и народов соседних стран.

С 1950 г. входит в составКНРкакТибетский автономный район.До вступления в Китайскую Народную Демократическую Республику Тибет имел собственный герб и флаг,сейчас же они считаются символамиместного сепаратизма.

В Дхарамсале (Индия) находится правительство Тибета в изгнании, главой которого до2002г.возглавляемоеДалай-ламой XIV.

«Тибетский вопрос» является одной из важнейших геополитических проблем в Центральной Азии. Суть проблемы состоит в том,что Китай не желает признать независимость Тибета.Тибетский вопрос можно рассматривать в нескольких направлениях. Он носит политический, военный и этноконфессиональный характер.

Отсчет существования тибетского вопроса начинается с вторжения китайской Народно-освободительной армии на территорию фактически независимого Тибета в 1950 г. Вступление Тибета в Китай было вынужденной мерой, так как ООН отказалось от какого либо вмешательства

Политика, которую проводил Китай, сильно отразилась на жизни Тибета. Так радикальные политические, экономические, культурные перемены привели к эмиграции всех активных приверженцев сохранения традиций.Китайский культурный план по развитию Тибета заключался в искоренении тибетского языка и «живых Будд» и насаждения там китайских ценностей. Китайская «культурная революция» искоренила почти все ценности тибетцев, так культурное наследие оказалось на грани исчезновения.

Тибетский вопрос так же связан с несоответствием территориального определения границ. Та территория,которую Китай выделил для проживания тибетцев, была в два раза меньше,чем исторический район Тибета, к тому же остальные тибетцы оказались разбросанными по разным провинциям Китая.

Важно отметить, что тибетскую этно-культурную проблему, Китай рассматривает, как измышление тибетской диаспоры и враждебных китайскойстороне сил. Жители Тибета стремятся сохранить свою историю и политический статус. Идет жестокая идеологическая обработка тибетского народа. Но особенно упорно идет борьба за право представлять тибетский народ и его историю. Важно отметить, что правду о ситуации в Тибете почти невозможно узнать. Тибетцы пытаются привлечь внимание международного сообщества к проблемам прав человека в Тибете, но правительство Китая не пускает независимых экспертов на территорию ТАР.

Мнение Далай-ламы отличается умеренностью.Он предлагает срединный путь. И говорит, что надо расширять лишь автономию Тибета в составе КНДР. В его понимании камнем преткновения является отсутствие прозрачности, пропаганда и цензура в КНДР.Он считает,что если произойдет плавный переход кдемократическому обществу, тотибетский вопрос легко решится.

Однако Китай оценивает мнение о «срединном пути» Далай-ламы, как скрытую угрозу и полагает, что предложенный им «срединный путь» является завуалированной формой независимости. Китай же отрицает, все факты и приводит свои аргументы на этот счет. Он утверждает, что уже на протяжении многих веков осуществлял свои права в Тибете и из этого следует, что Тибет никогда не был зависимым государством.

Так же Китай считает, что Далай-лама-это марионетка Индии, которая, с его помощью стремится к дестабилизации китайского Тибета и открытия двери для индийской экспансии. В свою очередьИндия пытается не раздражать Пекин, так как положение ее является тоже проблематичным.США и запад занимают не самое маленькое положение, так как Китай усматривает некую тайную политику,которая направлена на разгром Китайской безопасности и Китая в целом.

Вливание большого количества средств хоть и повысило экономический рост и уровень жизни в Тибете, но Тибет все равно остается самым нестабильным регионом Китая. Здесь царит бедность, неравенство доходов и слабый показатель в области образования.

С начала 90-х гг. уже проходят в поддержку Тибета всевозможные митинги, демонстрации и конференции. ООН неоднократно принимала резолюции, осуждающие права человека в Тибетеначала 90-х гг. проходят Международные конференции групп поддержки. Так как Китай признает главенство только китайского языка, ущемляются права тибетцев, что, следовательно, и приводит к митингам. Например, митинг 2010 г. в провинции Цинхай прошли многочисленные студенческие протесты, участниками которых были тибетцы. Условие КНР, о том, что тибетцы должны свободно говорить на китайском рассматривается тибетцами как прямая угроза этно-культурной идентичности, основу которой составляет тибетский язык.

На сегодняшний момент положение Тибета остается без изменений. Лишь при определенном изменении позиций на международной арене сохраняется возможность признания за тибетцами права на самоопределение вплоть до выхода из КНДР, но сделать это будет возможно при определенных условиях. Это политическая готовность держав к соответствующему истолкованию ситуации в Тибете. Тогда возможно признается нарушение прав человека в Тибете. И тибетцы добьются права на самоопределение, предусмотренное международными договорами.

Список литературы:

1.Гарри И.Р. Буддизм и политика в Тибетском районе КНР (IIполовинаXX– началоXXIвв.) – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2009 г.

2.Колосова И.В. Проблемы сохранения культурного наследия Тибета/И.В. Колосова.СПб.: 2011.

3.Кузьмин С.Л. Скрытый Тибет: история независимости и оккупации/С.Л. Кузьмин. СПб.: изд. А. Терентьева, 2010.

4.»Военное обозрение»- Тибетский вопрос Китая 2014 г.

5.Кулешов Н.С. Россия и Тибет в начале XX века. /Н.С. Кулешов. М.: «Наука. Издательская фирма Восточная литература», 1992.

ОБРАЗ МАРИНЫ МНИШЕК В ИСТОРИИ

Терпенева П.А., Бедерина А.А.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Павлюкевич Р. В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В русской истории существует множество ярких персонажей, которыми интересовались, интересуются и будут интересоваться. Одна из самых мистических фигур прошлого - Марина Юрьевна Мнишек.

В исторической науке и, конечно же, в русской культуре за полькой Мариной Мнишек, недолгое время бывшей русской царицей, закрепилась роль внушительной мошенницы. Даже приводимая ниже ее стандартная для всех энциклопедий биография начинается со слова «авантюристка».

Мнишек Марина по происхождению была дочерью крупного польского дворянина Юрия Мнишек, одного из архитекторов интервенции против России эпохи Смуты. Она была супругой самозванца и авантюриста Лжедмитрия I, ведомая мечтой стать русской царицей. Весной 1606 г. с родителями и огромной свитой выехала в Москву, где после коронования и венчания царствовала всего неделю. Горделивая и властная Марина Мнишек избежала гибели после смерти мужа лишь потому, что не была узнана. В Польшу после гибели супруга она не вернулась, а попала в Тушинский лагерь, где тайно совершила обряд венчания с Лжедмитрием II, признав в нем своего погибшего мужа. После же смерти Лжедмитрия II сделала ставку на своего сына, которого звали царевичем Иваном Дмитриевичем, или вороненка. В декабре 1610 г. М. Мнишек нашла себе очередного защитника — атамана И.М. Заруцкого, мечтавшего стать первым боярином при «царице Марине». Летом 1613 г., потеряв своих сторонников, Мнишек и Заруцкий были вынуждены сбежать в Астрахань, затем на реку Яик, где Марина была выдана казаками царскому правительству. Сын

Марины Мнишек, трехлетний Иван, был повешен в Москве, а сама она — заточена в башне кремля в Коломне, где и умерла.[1]
«Марина! Царица — Царю,
Звезда — самозванцу!
Тебя пою,
Злую красу твою,
Лик без румянца.
Во славу твою грешу
Царским грехом гордыни.
Славное твое имя
Славно ношу»

Ее история издавна будоражит разум поэтов и литераторов, восхваляющих ее красоту и ругающих нрав. В литературе существует свой, самостоятельный образ блистательной Марины, отличный от исторического.

Магнатка, дочь знаменитого воеводы, полячка, не отличавшиеся красотой, но воспитанная в богатстве, с детства ее окружала роскошь, многочисленные слуги и придворные ее отца. Как отмечают современники, ее с юности отличала буйная гордыня и тщеславия, и она была недовольна своим положением, желая большего. Но, как и любой женщины эпохи нового времени у нее был только один путь к успеху, через удачное замужество. Появление при дворе ее отца беглого русского, который заявлял, что он подлинный царевич Дмитрий. Младший из сыновей Ивана IV Грозного, и по его словам законный правитель огромной России, не могло не привлечь властолюбивую Марину. Конечно же, Дмитрий, точнее Лжедмитрий, не был тема за кого он себя выдавал, как предлагают историки истинное его имя, было Григорий Отрепьев. Конечно же, ему никто особо не верил, а в успех его авантюры верили еще меньше. Но Марина готова была рискнуть всем ради возможности стать царицей, готов пойти на риск был и польский король, видевший в этом возможные дивиденды.

Дмитрий возможно и был симпатичен Марине, но его царская «аура» делала Лжедмитрия в ее глазах неотразимым. Она дает согласия стать его женой, но лишь в случае успеха. Авантюра на первых порах завершилась успешно, горделивая Марина стала русской царицей. Как ей казалось, она добилась своего.

Но счастье было недолговечным. Поведения Лжедмитрия, да и самой Марины вызывало недовольство русской знати и в итоге привело к заговору и смерти авантюриста. Марина смогла сбежать из Москвы, но вскоре ее обрадовала весть, о том, что супруг выжил. Она едет к нему с радостью, порвав с Польшей и оставив отца.

Вместо своего чудом выжившего мужа, в Тушино, он встретила совершенно иного человека. Но жажда править, быть царицей заставила принять Марину новые правила игры. Тем более, сейчас увеличилась ее ценность как законной царицы, так как она легитимизировала второго самозванца, вошедшего в историю, как Лжедмитрия II. Таким образом, она понимает, «тушинский вор» нуждается в ней, а значит, весь мир волей неволей начнет вновь вращаться вокруг Марины Мнишек. Она снова решает поставить все на победу и снова проигрывает.

Ее биография не может не вызвать интереса. Эта польская магнатка сыграла существенную роль в русской истории, она была первой венчанной на царство русской «императрицей». Неудивительно, что писатели раз за разом возвращаются к этой персоне. Одним из первых кК ее образу обратился А.С. Пушкин в произведении «Борис Годунов». Он рисует образ авантюристки, которая расчетливо использовала обаяние, чтобы ублаготворить свое честолюбие. В другом произведении Вячеслава Николаевича Козлякова полностью уклоняется от устоявшегося образа. В данном труде автор приводит свидетельства современников о Марине Мнишек. По мнению Козлякова она была лишь жертвой трагического стечения обстоятельств, во главе которых стоял ее отец воевода Юрия Мнишек. Книга, написанная В.Н. Козляковым, довольно объемная: состоит из 8 глав, предисловия и эпилога. В предисловии автор задает риторический вопрос: «Кто же такая Марина Мнишек - «первая русская царица или самозванка»?» Ясно одно - она была выдающейся женщиной, оставившей свой след в истории, желая того или нет. Упоминание о ней мы можем встретить в народных песнях, где о ней поется как о «девке-иноземке» или же в литературе: например, в «Борисе Годунове» А.С. Пушкина, где он показывает ее «надменной Мариной». Несомненно, масса исторических трудов посвящено жизни Марины Мнишек. Российские историки М. Д. Хмыров и Н. И. Костомаров посвятили ей отдельные очерки. Любой исследователь эпохи Смуты не проходит мимо этой персоны. В польской традиции Марина Мнишек представляется скорее романтическим героем, так как они связывают ее с триумфом поляков. Одним из лучших

трудов посвященных Марине является книга за авторством Александра Гиршберга, написанная на основе ее дневников и писем

Образ Марины Мнишек охватывает большой период в истории. Одни считают ее авантюристкой, которой присущ холодный расчет. Другие же считают, что любому человеку присуща расчетливость. Однозначного же ответа на этот вопрос нет. Авантюризм же, как качество личности характеризуется склонностью к неоправданно рискованным, сомнительным, опасным предприятиям, к приключениям, предпринятым в расчёте на закономерный успех и мотивированным исключительно или преимущественно потребностью в чувственном разнообразии, в ярких впечатлениях, в острых ощущениях, а нередко также в известности и славе. Это инициативное безумие, которым руководствовалась Мнишек. Игривость Марины в этом деле была разумна, так как Мнишек была способна в условиях неопределенности адекватно оценить вероятную опасность и сделать выбор рационального поведения, ведущего к достижению целей и исполнению намерений, т. е успеху. Мы понимаем, что любой честолюбивый молодой человек (не обязательно мошенник) вряд ли отказался бы на месте нашей героини поучаствовать в столь заманчивом предприятии. Так что не стоит делать из Марины Мнишек ни аморальную мошенницу, ни сверхженщину. Обычная, нормальная женщина, волей судьбы попавшая в предназначенные ситуации.

Список литературы:

1.Реферат на тему Марина Юрьевна Мнишек. http://www.diplomy.su/shop/76.html

2.Региональный конкурс методических разработок уроков и программ элективных курсов Зуева Ольга Валентиновна http://rud.exdat.com/docs/index-652990.html

3.»Метания» Марины Мнишек. http://www.hrono.info/statii/2008/aks_mnishek.html

4.Орлов А.С., Георгиев В.А., Георгиева Н.Г. История России, учебное пособие./А.С. Орлов. М.:2001- 88с.

МОГУЧАЯ И ВЕЛИКАЯ СТРАНА…

Веретнова А.А, Пестрикова В.М

Научный руководитель: д.и.н., профессор Гайдин С.Т

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Любовь населения к своей стране является главным условием его успеха. После распада Советского Союза Россия многие годы билась над проблемой выработки новой национальной идеи. Начиная с 2012 г. тема патриотизма в России стала ведущим мотивом политического дискурса. А уже вначале 2016 г. президент Российской Федерации В.В. Путин заявил, что в нашей многонациональной и многоконфессиональной стране не может быть другой национальной идеи, кроме патриотизма.

В силу обстоятельств, нам пришлось просмотреть главную советскую газету орган коммунистической партии Советского Союза - «Правда» за 1938 г. В ней мы искали материалы по беспосадочному перелёту на самолёте «Родина» из Москвы на Дальний Восток. В экипаже самолёта были Валентина Гризодубова, Полина Осипенко и Марина Раскова.

Просматривая газету, мы обратили внимание на то, что во многих странах мира тогда практиковали дальние перелёты.

Так, например, в 1933 г. Чарльз Линдберг со своей женой Анной Морроу на двухместном самолете совершили большой перелет по маршруту США – Европа – Африка - Южная Америка – США, посетив 31 страну и пролетев 47000 км, а Маргарет Тоннер из Вингирии установила рекорд скорости полёта на одноместном гидросамолёте. Такие перелёты были фактическим испытанием возможностей новых самолётов, они демонстрировали возможности национальной авиационной промышленности, обороноспособность страны и волю народов к решению новых технических задач.

Дальние перелёты проводили в Советском Союзе. В частности, в 1934 г. лётчик М.М. Громов со штурманом И.Т. Спириным продержались в воздухе на самолёте АНТ-25 без посадки 75 часов и покрыли расстояние 12411 км. Также беспосадочный перелёт В.П. Чкалова в 1936 г. из Москвы в Петропавловск-на-Камчатке. А летом 1938г. началась подготовка к беспосадочному перелёту Москва – Дальний Восток. Полётный вес машины составлял 12480 кг. Баки машины приняли 5525 кг. горючего. Переоборудование самолёта велось под руководством Главного конструктора П.О. Сухого, ведущего по производству и эксплуатации А.М. Козлова, ведущего инженера И.А. Фомина. Первым делом на выбранной машине демонтировали всё военное снаряжение и оборудование, изменили носовую часть фюзеляжа, в которой прорезали дополнительное остекление. Все указанные работы закончили к августу 1938 г. Один известный лётчик описывал, что такие перелёты нужны для прокладки дальних пассажирских авиатрасс, для огромной страны и отработки использования

дальней военной авиации. Дело в том, что в большей части территории страны ещё не использовались средства навигации, которые позволяли бы самолётам совершать круглосуточные полёты за облаками. Лётчики нуждались в визуальной привязке к ориентирам по трассе полёта.

Если до этого дальние перелёты совершали экипажи, состоящие из мужчин, профессиональных лётчиков, то для «Родины» был подобран женский экипаж. Так командир корабля Валентина Степановна Гризодубова была профессиональной лётчицей, майором вооруженных сил страны. В октябре 1937 г. она побила рекорд скорости, установленный американкой Аннеттой Джипсон на одноместном самолёте. После этого в советской прессе её прозвали женщиной – орлицей. Именно она стала инициатором идеи назвать словом «Родина» самолёт, который готовили к дальнему перелёту.

Штурман самолёта - Марина Раскова родилась в семье оперного певца и мечтала стать музыкантом. Но после смерти отца ей рано пришлось самостоятельно зарабатывать на жизнь. Какое-то время она работала чертёжницей в Военно – воздушной академии РККА и вовсе не собиралась быть лётчицей. Но руководство академии направило её на заочное обучение лётному делу. И впервые в качестве штурмана она участвовала в перелёте Москва – Дмитров. После нескольких удачных перелётов Марина приобрела славу хорошего навигатора, способного в любых условиях выводить самолёт на цель, что требовало не только знаний, но и особого чутья.

Третий член экипажа – Полина Осипенко родилась в бедняцкой семье в Запорожской области и после работы батрачкой, уборщицей стала работать в колхозе инструктором – птицеводом. Лётчицей она стала случайно. В один из июльских дней 1929 г. она увидела приземлившийся недалеко от их колхоза самолёт. Так получилось, что она «заболела» небом и, в конечном счете, стала лётчицей. В мае 1937 г. она установила мировой рекорд высоты на одноместном гидроплане.

Об этих лётчицах и их перелётах уже знали в стране по материалам тогдашних газет и кинохроники. Поэтому, когда начался перелёт на самолёте «Родина» многие люди по газетным отчётам стали следить за успехами своих героинь. Тогдашние газеты постоянно подчёркивали мысль, что этот перелёт простых советских девчонок – это полёт для всей нашей страны. Любой человек может осуществить свою мечту, для него открыты все дороги. На определённом этапе интересы страны и интересы трёх лётчиц сошлись, благодаря чему и случился героический полёт.

Во время подготовки к перелёту и самого перелёта, газеты сообщали информацию о лётчицах, самолёте и перелёте. Благодаря этому, жители страны знали о местонахождении самолёта. И вдруг связь с самолётом прервалась. В газетах публиковались предположения о случившемся, отчёты о поисках пропавшего самолёта. В стране создавалась атмосфера всеобщей заинтересованности и ответственности за судьбу лётчиц. Публиковались сведения от жителей Дальнего Востока, которые сообщали о возможном местонахождении самолёта. У людей формировалось ощущение, что страна никого из своих граждан не оставит в беде.

Пытаясь понять, что же случилось с самолётом, мы выяснили, что по плану перелёта он должен был приземлиться в Комсомольске-на-Амуре, но до пункта посадки горючего не хватило примерно на 200 км. Поэтому самолёт пришлось срочно сажать в тайге. Перед приземлением штурману Марине Расковой пришлось срочно выпрыгнуть с парашютом. Её рабочее место находилось в прозрачном колпаке в носовой части самолёта и в случае «жёсткой посадки» она могла сильно пострадать. Покинуть самолёт ей пришлось так быстро, что из еды она успела сунуть в карман две плитки шоколада. Да и ещё при приземлении она потеряла один из унтов. А погода в октябре в тех местах уже стояла холодная.

Сам самолёт удалось посадить на топком болоте. Сразу же начались поиски самолёта и его экипажа, на которые было брошено более 50 гражданских и военных самолётов. Хотя у многих оставалось чувство тревоги за судьбу лётчиц, но информация о масштабах поиска свидетельствовала, о возросших возможностях страны. Сообщалось также о пеших экспедициях местных жителей к возможному месту вынужденной посадки. Всем было очевидно, что с самолётом что-то случилось.

Лётчицы почти сразу попытались восстановить радиосвязь, но В. Гризодубова успела только передать своё имя и связь прервалась. Но у участников поисков появилась надежда на счастливый исход. Наконец третьего октября лётчики М. Сахаров и Н. Бурлаков, летевшие на разных самолётах, обнаружили место приземления. Но оказалось, что не весь экипаж находился в одном месте. Они увидели лишь В. Гризодубову и П. Осипенко. Так как приземлиться в этом месте не представлялось возможным, лётчики сбросили экипажу продукты питания и тёплую одежду. На следующий день к лётчицам опустились парашютисты. А пятого октября к ним пришла поисковая группа из таёжного посёлка Керби. К большому удивлению штурман Марина Раскова сама вышла к месту приземления

самолёта. Надо сказать, что ей было очень непросто провести эти десять дней в глухой тайге, когда ей пришлось питаться съедобными растениями и ягодами.

После того, как нашли пропавших летчиц, их проводили в поселок Керби, а оттуда, через двадцать часов на катере их отправили в Комсомольск-на-Амуре. Их возвращение в Москву сопровождалось встречами, митингами. Люди радовались, что лётчицы остались живы, что их нашли, что они возвращаются домой. Так, перелёт на самолёте «Родина» становился достижением советской науки и техники, а лётчицы героинями страны. Можно говорить о грамотно поставленной пропаганде государства, но это не отменяло чисто человеческую радость простых людей, которые искренне переживали за их судьбу.

Лётчицы получили заслуженные награды в виде ордена и звания Героя Советского Союза. О подвиге лётчиц довольно долго писали газеты. Не остались в стороне писатели, поэты и композиторы. С. Михалков написал стихотворение «Три подруги», в котором есть такие строки:

«Мы в победе уверены были
и отвагою были полны,
И в далёкой тайге победили
Три героя советской страны» М. Исаковский написал песню «Три орлицы». Может она не стала народной, но тогда её исполняли, как с профессиональной сцены, так и в художественной самодеятельности.

В то время в истории нашего народа веками формировалось стремление быть первым. Целью было сделать свою страну процветающей, в которой главный приоритет – благополучие каждого конкретного человека, уверенного в завтрашнем дне. Люди хотели доказать, что именно их страна лучшая и они готовы на любые подвиги, ради своего же народа и страны

Список литературы:

1.Газета «Правда»,от 25 сентября 1938.№265
2.Газета «Правда»,от 4 октября 1938.№274
3.Газета «Правда»,от 7 октября 1938.№277
4.Газета «Правда»,от 8 октября 1938.№278
5.Газета «Правда»,от 27 октября 1938.№297
6.Газета «Правда» от 28 октября 1938.№298

УГНАННЫЕ В ГЕРМАНИЮ

Танчинец О., Малышева М.
Научный руководитель - ст. преподаватель Шилина А.С.
Сибирский государственный технологический университет, Красноярск, Россия

11 апреля отмечается Международный день освобождения узников фашистских концлагерей. В годы Великой Отечественной войны на территориях, подконтрольных гитлеровцам, содержалось в концлагерях, лагерях смерти, тюрьмах 18 млн. человек. Из них более 11 миллионов были уничтожены, в т.ч. 5 млн. граждан СССР. Каждый пятый был ребенком. В 1993 г. детям, прошедшим фашистские лагеря, был присвоен официальный статус несовершеннолетних узников концентрационных лагерей.

Около 50 000 советских детей в годы Великой Отечественной войны было вывезено в Третий рейх в рамках проекта «Лебенсборн». Была создана сеть эсэсовских приютов с целью перевоспитания светловолосых и голубоглазых советских детей дошкольного возраста, которые в дальнейшем не должны помнить своего прошлого в СССР. Нацисты предполагали, что дети «Лебенсборна» создадут новую «расу господ». Целый штат врачей и экспертов определял «расовую ценность» ребенка, включая психологические тесты и медицинский осмотр. Ребенок должен был соответствовать «расе господ» по форме черепа, телосложению, цвету глаз и волос. Особое внимание уделялось здоровью. В некоторых немецких концлагерях дети были донорами. Для этого их и держали в лагере. Обессиливших детей немцы раздавали хуторянам в батраки для работы, благодаря чему они и выжили. Некоторых из них безвозвратно куда-то уносили. Мало кто из них вернется на родину…

Сразу после переезда в приют дети из Советского Союза (начиная с 3 лет) подвергались программе «начальной германизации». Сотрудники «Лебенсборна» давали им новые немецкие имена, полностью заменяли все документы. Чаще всего пленников определяли как «сирот, чьи родители погибли за фюрера и великую Германию», а местом их рождения называли «восточные земли рейха». Далее малышей учили немецкому языку: за слово, сказанное по-русски, избивали. У ребенка вырабатывался рефлекс – если ты говоришь на немецком, то избежишь побоев. Также детей отлично кормили, давали лекарства и витамины. Обычно «германизация» длилась 3-4 месяца, далее,

после этого ребенок считался готовым для усыновления. Как правило, славянское происхождение детей держалось в секрете, и мало кому из приемных родителей сообщали национальность «сирот». На данный момент в Германии работает организация «Лебенсспурен», которая пытается помочь детям «Лебенсборна» узнать свое прошлое. Ведь все они – русские.

В Абанском районе живут 6 человек, имеющих статус «ребенка-узника немецких концлагерей». Все эти люди сегодня в пожилом возрасте, испытывают трудности с памятью, некоторые просто не хотят вспоминать об этих драматических моментах своей жизни. Например, Ризов Николай Петрович, живущий в Покатеево, отказался общаться даже по телефону.

Бояринцева Мария Яковлевна (1932 г.р.) во время войны жила в Смоленской области, оккупированной с октября 1941 г. Их деревня несколько раз переходила из рук в руки. В феврале 1943 г. все население деревни немцы под конвоем погнали в Белоруссию. Шли пешком. Маше было 10 лет. В октябре погрузили в товарные вагоны, и месяц повезли через Польшу в Германию. Из вагонов не выпускали. Кормили только по ночам. Семья Маши оказалась в концлагере Дюренберга. Мария Яковлевна вспоминала, что работали они на химическом заводе, где было вредное производство. Дети мыли пробирки и бутылочки из-под химических реактивов. Кожа с рук слезала от ожогов, коросты долго не заживали. Когда в апреле 1945 г. их лагерь разбомбили американцы, то несколько дней они сидели голодные. В Германии до освобождения они находились до июля.

Шведову Лидию Антоновну в Денисовке знали все, но никто кроме дочерей не знал, что ее в 17 лет тоже угнали в Германию. До войны она жила на Украине. Немецкие танки вошли в их деревню в первый день войны. «Вся жизнь была сломана, я только что закончила 7 классов и собиралась поступать в сельскохозяйственный техникум. Еще вчера выступала активно на комсомольском собрании, а сегодня молила Бога, чтобы об этом никто не рассказал немцам». Чтобы девчонок не изнасиловали немцы и не угнали в Германию, матери одевали дочерей в грязную одежду, мазали им лица сажей и даже уродовали, привязывая раздавленный чеснок на ночь к лицу и рукам. Язвы от сока чеснока долго не заживали. Струпья мокли и гнили. Но и это не спасло. 20 апреля 1942 г. полицаи и немцы согнали молодёжь окрестных деревень на станцию, погрузили в товарные вагоны и отправили в Западную Германию в город Филинген. «Крик и рев стоял ужасный, разбирали доски пола вагона и лезли, падая между рельсами, только бы спастись от плена». Лидия попала в концлагерь, из которого забирали на работы не только на завод, но и в крестьянские хозяйства. Ей пришлось работать в столовой железнодорожной станции Гайзенгер, где она мыла посуду и помогала повару. Во время одной бомбёжки трехэтажное здание вокзала было разрушено, и она оказалась зажата обрушившимися кирпичами и стеной. В смертельной ловушке девушка провела три дня. Она с ужасом вспоминала эти дни. От голода, холода и жажды она постоянно теряла сознание. Однажды пошёл дождь, и, спасаясь от обезвоживания, она облизывала мокрые кирпичи. Освободили их французские войска в апреле 1945 г. А после передачи советским войскам их поместили в лагерь для перемещённых лиц, где долго допрашивали чекисты.

Шамшура Мария Ивановна родилась 30 апреля 1925 г. в деревне Замостье Смоленской области. «Деревня была большая, жили там в основном русские. В июне, когда началась война, мы эвакуироваться не успели. В 1942 г. в июне пришли немцы. Нам немцы сказали собраться, взять немного продуктов. Погрузили на немецкую машину и под конвоем увезли в городок Рудня, где была железная дорога. Посадили на следующий день в товарный вагон и везли всю дорогу закрытыми. Эшелон шёл в Германию, его несколько раз бомбили советские самолёты. Привезли в Германию в город Ганновер, высадили из вагонов. Нам выдали по 20 копеек немецких, объявили, что нужно идти на ужин. За ужин надо было платить 20 копеек. Потом приехал старик-переводчик и нас, шестерых человек, отобрал, и мы поехали в деревню Зельцен. Повели работать на железную дорогу, где мы выбрасывали с железнодорожного полотна песок, а взамен забрасывали камни. Работали с 8 утра до пяти вечера. Это делали только девушки. У нас на одежде порой была дырка со словами ОСР, что означало «Освобождённый Советский рабочий». В городе Ганновере я видела, как парня с нашей деревни у меня на глазах убили, током сожгли». Со слов Марии Ивановны их освободили американские войска, потом передали англичанам. «Перед тем, как нас отправить в Советский Союз, все прошли комиссию. Военный трибунал тоже смотрел документы. В 1945 г. поехали домой, а в 1946 г. мы из Замостья приехали в Байкан в Сибирь. Там пробыли месяц и поехали в Абан в колхоз имени Ленина».

Владимир Яковлевич Свиридов в немецком плену родился. В его паспорте местом рождения указан город Кассель (ФРГ). Его мама Вера Митрофановна была угнана в Германию беременной с Украины в 1942 г. Отец погиб на войне. Владимир Яковлевич до сих пор говорит, что живет на этом свете благодаря немцу-фермеру, который отобрал его мать вместе с двумя десятками человек для

работы на своих полях. Когда ребенок родился, матери приходилось его бросать в бараке и идти на работу, а о ребенке только молиться. Своего происхождения Владимир Яковлевич не скрывал, но и не афишировал, потому что он не помнит о тех страданиях, которые ему пришлось пережить младенцем.

Козелков Иван Алексеевич был в плену только 4 месяца, но погибнуть мог каждую минуту. «Однажды мама спасла меня, присев на корточки, делая вид, что нужду справляет, а меня под юбку спрятала. Конвоиры, в очередной раз отбиравшие для отправки в Германию старших детей, спросили, где ее сын, а она показала в сторону и закрыла лицо руками, будто ей стыдно. Так несколько дней караулила меня. Летом 1943 года все население деревни немцы при приближении фронта погнали на станцию. Довезли до станции Канаричи. А потом погнали пешком в Белоруссию. По сторонам колонны шли автоматчики с собаками. Концлагерь располагался в деревне Будакосырево. Бараки из досок строили сами пленные. Чаще сидели под открытым небом. Освободили советские части во время Курской битвы».

Вера Ивановна Сима до войны жила в селе на Украине. В апреле 1943 г. все население деревни было арестовано. Их посадили в товарные вагоны и два месяца везли до Польши. «2 года мы находились в концлагерях. Сначала в Польше, потом нас отправили в город Котовицы в Чехословакию, а перед концом войны 1 месяц в немецком лагере на берегу Эльбы пришлось пожить. Когда нас освобождали советские войска, лагерь бомбили. Наконец-то дождались, когда нас отправили домой, но рано обрадовались. В октябре нас посадили в товарные вагоны без печек и ехали мы до 1 января. Ехали в легкой одежде и не догадывались, куда нас везут. Состав останавливали для того, чтобы снять мертвых. Тут же на обочине и закапывали. Нам повезло, что зима в тот год была теплая. 1 января 4 вагона отцепили на станции Мотыгино. Мы уже знали, что находимся в Сибири. На санях везли под конвоем. Лагерь находился в Верхней Базаихе, где жили под контролем участковых. Они взяли с нас подписку. На вопрос, где хуже было содержание: в Германии или в Сибири, она, не задумываясь, ответила: «В советском лагере. В Германии **чужие** издевались, а тут **свои** хуже немцев к нам относились. Немцы хоть как скот нас берегли, а на родине нас за людей не считали. А в чем моя вина?» Вера 2 года работала на лесоповале. Валили лес, поперечной пилой кряжевали, на лошадях вывозили бревна. Она даже бригадиром была. Вера Ивановна - единственная, кто имеет не только статус «узника немецких концлагерей», но и статус «жертвы политической репрессии».

Очень мало узников фашистских детских лагерей дожило до мирного времени, чтобы рассказать о своей судьбе. Некоторые из них сознательно скрывало и скрывает до сих пор эту трагическую страницу из своего детства. И теперь мы лучше понимаем – почему. Тем не менее, судьба угнанных в Германию советских детей – это важная составляющая истории Великой Отечественной войны, которую необходимо изучить.

РАЗМЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ О «ДОМОСТРОЕ»: ВЗГЛЯД ЧЕРЕЗ ЧЕТЫРЕ ВЕКА

Карпукова Л.Э., Кучина Е.А., Мурашкина О.О.

Научный руководитель: д.и.н; профессор Гайдин С.Т.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Несколько веков государство в своей семейной политике руководствовалась «Домостроем», написанным протопопом Сильвестром по поручению царя Ивана Грозного. Эта книга представляла собой энциклопедию обычаев и правил организации жизни в православной семье и была оформлена по принципу энциклопедии с подробным оглавлением для удобства поиска ответов на возникающие вопросы. Россияне руководствовались «Домостроем» до Петра I, который стал насаждать в дворянской среде правила западного типа. Но и тогда большинство простого населения продолжало жить по старозаветным правилам, потому что они соответствовали представлениям жителей огромной по размерам страны. Эти правила представляли собой скрепы, соединявшие вместе людей, живущих на больших расстояниях друг от друга.

В конечном счете, независимо от века, в котором мы живем, мы решаем одни и те же проблемы: выбора надежного спутника жизни, обустройства семьи, воспитания детей, ведения домашнего хозяйства, решения неожиданно возникающих проблем. Эти проблемы и сегодня стоят перед каждым из нас.

Сегодня время толерантности, когда каждый может сам делать выбор своего жизненного пути сам, но, к сожалению, у свободы выбора высокая цена. Как показывает практика, 80% молодых семей распадаются в течение первого года после вступления в брак. Скорее всего, мы в своих действиях поступаем как – то неправильно. Только непонятно как надо поступать правильно.

Поэтому мы, ради интереса просмотрели «Домострой», изданный более четырехсот лет назад. Читать его оказалось непросто, так как он написан в стилистике языка, на котором говорили в XVI в. Нам были не всем понятны некоторые вещи, связанные с религиозными обрядами и отношениями между людьми. Но понимая, что нам самим скоро придется решать проблемы, связанные с семейной жизнью, мы попытались посмотреть на «Домострой» с точки зрения нашего поколения.

В эпоху средневековья главой семьи был мужчина, и поэтому инициатива в выборе спутницы принадлежала именно ему. Выбирая невесту, жених должен был руководствоваться не только чувствами, но и разумом. «Домострой» рекомендовал ему посмотреть на образ жизни, репутацию семьи потенциальной невесты, так как он выбирал не просто спутницу, а образ своей дальнейшей жизни. Именно жена должна была обустроить жизнь его семьи по образу и подобию своей. В этом была логика здравого смысла. Другое дело, насколько осмысленно мог выбирать супругу тогдашний жених, которому, в рамках традиций того времени, было всего 14-15 лет. И скорее всего инициатива выбора принадлежала его родителям.

Конечно, возникает вопрос, как можно жить без любви, ведь это сегодня кажется обязательным атрибутом семейных отношений. Но мы вспомнили русские сказки о любви, которые заканчиваются словами: «вот и сказке конец», потому что дальше начинается тяжелая ноша совместной жизни. Причем в те времена не существовало практики разводов, они были запрещены православной церковью.

Что же могло объединять молодоженов кроме любви? Скорее всего необходимость совместной жизни для совместного решения существующих проблем. А их всегда было огромное количество. Поэтому необходимый пуд соли молодожены съедали достаточно быстро. Тогдашняя мудрость призывала к терпению, по принципу: «стерпится - слюбится». Мы не исключаем, что по прошествии, какого то времени, молодая пара могла жить достаточно счастливой для своего времени жизни. В «Домострое» хорошо сказано «Если подарит кому - то Бог жену хорошую, то она будет дороже камня многоценного. Такой жены грех лишиться, она наладит своему мужу благополучную жизнь». Эти слова дорогого стоят и они применимы ко всем временам.

Но сегодня такой метод образования и укрепления семьи неприемлем. Единственный вывод, который мы для себя сделали, заключается в том, что при выборе партнера все-таки надо не руководствоваться первыми чувствами, потому что решается вопрос всей вашей дальнейшей жизни. И, конечно, везет тем, у кого в семье складываются любовь, взаимопонимание и взаимная ответственность.

В те далекие времена за отношения внутри семьи отвечал мужчина. Судя по тексту «Домостроя», он должен был поучать, увещевать свою супругу, а при необходимости и наказывать ее. Специалисты по культуре семейных отношений пишут, что в России сложилась практика физического наказания женщин по пятницам в конце недели. У россиян даже сложилась поговорка: «бьет - значит любит». Хуже было равнодушное отношение к своей супруге. Причем у нас возникло ощущение, что инициатором наказания невестки была мать мужа, которая его руками встраивала невестку в жизнь своей большой семьи, где молодые довольно долго жили вместе с родителями мужа. Конечно, сегодня это совершенно недопустимо.

Мы посмотрели набор требований, предъявляемых, тогда к женщине и оказалось, что ее ответственность в семье бесконечна. Она должна уметь готовить еду, причем, не только для повседневного стола, но и делать запасы на зиму, она должна шить, вязать, уметь заниматься огородом и садом , хранить продукты в погребе, леднике и сарае и даже правильно топить печку. В частности, в дни, когда в семье заводили стряпню, рекомендовалось одновременно начинать большую стирку, на которую было нужно много горячей воды. Совмещение этих двух видов деятельности позволяло экономить дрова.

Женщинам рекомендовалось никогда и ничего не выбрасывать, потому что из старой одежды, из сохраненных лоскутков всегда можно сделать что-то для повседневной носки. Единственным источником ее личных денег, была продажа того, что женщина могла сделать за счет использования старых вещей и продать на рынке. Полученные или сэкономленные деньги она могла расходовать по собственному усмотрению.

Мы удивились, что в «Домострое» много места уделено советам по кулинарной обработке овощей и других продуктов, приготовлению блюд и напитков. Среди рекомендованных к приготовлению блюд в книге названы ножки говяжьи, утка на вертеле, почки заячьи с подливой, куры с рисом, пироги мясные, блины с творогом, оладьи с медом, капуста квашенная, студень со специями, щука с чесноком, ломти арбуза в патоке и много-много других блюд.

Так как жена несла огромную ношу хозяйственной деятельности, то и мужу рекомендовалось при решении важных вопросов, советоваться с женой. Но и муж обязан был работать на благополучие семьи. На нем лежала ответственность за производство в своем хозяйстве всяких припасов и покупку того, что в хозяйстве не производилось. Например, при заготовке мяса на зиму, «Домострой» советовал не делать закупку из первых осенних завозов, а дождаться тех времен, когда мясо на продажу начнут подвозить крестьяне из разных деревень, тогда оно будет дешевле и взять его можно будет больше.

Нас заинтересовало отношение семьи к воспитанию детей. Но для этого мы выяснили, что по тогдашним представлениям относилось к категории «хорошо» и что такое «плохо». Ответ на этот вопрос дается в разных разделах книги. Мы попытались скомпоновать эти представления воедино. Как оказалось, они звучат вполне современно.

В те времена считалось недостойным изменять женам, вступать в отношения с людьми нетрадиционной ориентации, петь бесовские песни, играть без дела на музыкальных инструментах, сажать птиц и медведей в клетки, читать гадальные книги, общаться с экстрасенсами, допускать излишества в еде и употреблении алкоголя, брать взятки, творить неправедный суд, играть в шахматы, кости и другие бесовские игры.

Напротив достойным считалось не тратить много времени на разговоры, молчать в присутствии старших, поменьше говорить и больше думать, не дерзить, не смеяться громко и часто, не водится с распутными бабами и не стремится к высоким должностям, жить по средствам и расчётливо. Одним из достоинств женщины, был отказ от употребления алкоголя.

Хозяин дома должен был учить всех домочадцев правильному поведению. В «Домострое» сказано, что отец несет перед Богом ответственность за всю свою семью, но если кто то из семьи не подчинится и будет нарушать правила поведения, то ему придется самому отвечать перед Богом в день Страшного суда.

Глава семьи должен быть с детьми ласков и заботлив, но тем не менее он должен был применять и физические наказания. Нужно было наказывать детей в юности, чтобы они были опорой в старости. Особые требование предъявлялись к воспитанию дочерей, чтобы они неправедным поведением не опозорили честь семьи. Преступлением было вступление в добрачные отношения, за что отец мог проклясть и выгнать дочь из семьи.

Мы попытались найти ответ на вопрос о причинах склонности к физическим наказаниям. Нам кажется, что родители воспитывали себе помощников, которые должны были работать в общем семейном хозяйстве, от состояния которого зависело благополучие всей семьи и каждого ее члена. Любое неповиновение могло подорвать семейное благополучие. Главным аргументом воздействия на строптивых сыновей была угроза лишения их наследства. На Руси так сложилось, что благополучие сыновей закладывалось родителями, но вместе с сыновьями и их семьями.

Довольно большой объем «Домостроя» занимает «Травник», который содержит советы по использованию лекарственных растений для лечения разных заболеваний. Например, мать и мачеха использовалась для заживления ран, крапива для очистки организма.

Прочитав «Домострой», который был написан 400 лет назад, мы пришли к выводу, что муж и жена всегда совместно выполняют свои роли и вместе стремятся обеспечить благополучие своей семьи. Самое главное выбрать достойного спутника жизни. Потому что с ним предстоит пройти долгий жизненный путь, дав дорогу в жизнь своим детям.

Список литературы:

1. Домострой/ Сост., вступ. ст., пер. и коммент. В.В. Колесова; Подгот. текстов В.В. Рождественской, В.В. Колесова, М.В. Пименовой. – М.: Сов. Россия, 1990. – 304 с.

РОЛЬ КРАСНОЯРЦЕВ В ЛИКВИДАЦИИ ЧЕРНОБЫЛЬСКОЙ АЭС

Акимова А.В., Шустова Т.П., Щелкунова А.А.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Гайдин С.Т.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Почти 30 лет назад 26 апреля 1986 г. случилась авария на Чернобыльской АЭС. Это была первая и очень крупная авария на одной из атомных электростанций планеты. Радиоактивный шлейф от взрыва на четвертом энергоблоке АЭС покрыл не только огромную часть СССР, но и Восточную Европу, и скандинавские страны.

Ни в нашей стране, ни в мире не было опыта работы в таких чрезвычайно-опасных условиях. На четвертом энергоблоке сначала было задействовано 14 машин и 69 служащих местной пожарной части. Из спецодежды они имели брезентовую робу, каску и рукавицы. Мужчины тушили огонь без

противогазов, так как при высокой температуре работать в них было просто невозможно. Уже в два часа ночи появились первые пострадавшие от радиации. У людей началась сильнейшая рвота и общая слабость. Персонал же станции занялся тушением локальных очагов в разных помещениях станции и принял все необходимые меры для предотвращения взрыва водорода. Эти действия помогли предотвратить еще большую техногенную катастрофу.

Как оказалось позже, на разбор завалов атомного топлива было брошено большое количество военнослужащих и работников специализированных подразделений. Степень их защиты от радиации тоже была минимальной и, таким образом, в стране стали появляться «чернобыльцы». Это были участники ликвидации аварии, которые пострадали от радиоактивного облучения.

Несколько дней государство молчало по поводу случившегося. По стране ходили слухи о характере и масштабах разрушений. Среди гражданского населения не было паники, но было чувство беспокойства и неопределенности.

В силу обстоятельств, мы попытались выяснить, что писали про чернобыльскую трагедию у нас в Красноярском крае и как красноярцы принимали участие в ее ликвидации. Для этого мы в краевой библиотеке просмотрели номер за номером подшивки газеты «Красноярский рабочий» за период с 1986 по 2015 гг.

Первая статья про Чернобыль появилась 8 мая 1986 г. Это было обращение Министерства иностранных дел СССР к населению планеты. В нем советское руководство признало факт случившейся аварии и указало, что развитие технического прогресса несет в себе угрозы, которые необходимо сообща предупреждать. И как показали последующие события, в мире произошла еще не одна катастрофа на атомных электростанциях. Наиболее крупной из них была авария на АЭС в японской Фукусиме. Тогда советское руководство заявило, что оно предпримет все меры по ликвидации аварии и устранению ее последствий.

Судя по газетным публикациям, важнейшим направлением работы было спасение людей оказавшихся в зоне поражения. Для них, получивших высокую дозу облучения нужно было большое количество донорской крови. Надо признать, что красноярцы не остались в стороне от сдачи крови. Уже 23 мая 1986 г. более 100 комсомольцев, строителей «Крастяжмаша» сдали кровь. Кровь сдавали сотрудники практически всех организаций и предприятий Красноярского края.

Для ликвидации аварии нужно было много финансовых средств. В этом отношении чернобыльская трагедия стала не только трагедией всего нашего народа, но и его общей ответственностью. Газетные публикации свидетельствуют о том, что повсеместно в крае проводились субботники с перечислением заработанных средств в чернобыльский фонд. Мы нашли данные о том, что многие люди и организации перечисляли в него собственные средства, премии, сборы от концертов и других мероприятий.

Для накопления поступающих от населения средств Госбанк открыл специальный счет № 904, средства с которого направлялись в пострадавшие от аварии районы, на строительство жилья для эвакуированных семей, оказание им материальной помощи. К 17 сентября 1986 г. сумма пожертвований от жителей Красноярского края составила полмиллиарда рублей.

Красноярцы также направляли стройматериалы и оборудование для строительства жилья для переселенцев из зоны аварии. А в июле 1986 г. домостроительный цех Красноярского ЛДК начал производство каркасно-фибролитовых домиков для переселенцев.

Нам стало известно, что на опасных участках АЭС применялась дистанционно-управляемая техника, разработанная в научно-производственном объединении «Сибцветметавтоматика». Сибирские роботы использовались для разборки завалов.

Чернобыльское загрязнение, к сожалению, затронуло и наш Красноярский край, хотя и концентрация радиоактивных веществ у нас не высокая. «Чернобыль рядом с нами» - говорил Федор Сухоруков, ученый секретарь Сибирского регионального отделения научного совета РАН по проблемам экологии и чрезвычайным ситуациям.

15 мая 1991 г. Был принят закон «О социальной защите граждан, подвергшихся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС» согласно которому чернобыльцы имели право на льготы.

В феврале 1993 г. Верховный совет уже нового государства Российской Федерации внес дополнения в ранее принятый закон о льготах. Была установлена новая стоимость набора продуктов питания и размер компенсации выплат для красноярцев, подвергшихся радиационному воздействию при ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС. Для взрослого мужчины стоимость набора составила 9тыс. 154 руб. В зависимости от дозы облучения компенсационные выплаты составят 25 или 50 % от их стоимости.

К сожалению многие чернобыльцы не получали положенные им льготы во время. Девяностые годы потому и получили название «лихие», что была разрушена экономика, разбалансирована финансовая система и люди месяцами не получали не то что льготы, но и зарплату и пенсии. В результате в газете появилось много жалоб на неисполнение закона о социальной защите, на то, что в медицинских и торговых учреждениях не было информации о льготах «чернобыльцам», что в общественном транспорте с них взимали полную стоимость билета. Для защиты своих прав и интересов участники ликвидации аварии объединились в Красноярский краевой союз «Чернобыль».

Этот союз пытался оказывать своим членам свою посильную помощь. Летом 1994 г. около пятидесяти «ликвидаторов» аварии на Чернобыльской АЭС отдыхали на озере Плахино в Абанском районе. Чистый воздух и целебные грязи озера позволили им укрепить здоровье. Фонд социального страхования РФ выделил 28,5 млн. руб. на исследование свойств лечебных грязей озера применительно к заболеваниям чернобыльцев.

У чернобыльцев также возникали проблемы с получением положенного им жилья. В 1995 г. краевой союз «Чернобыль» намеревался подать в суд на мэра Красноярска Валерия Позднякова. Не смотря на то, что по Российскому законодательству инвалиды – чернобыльцы должны были получать благоустроенные квартиры в трехмесячный срок, ни один из них, ни в Красноярске, ни в России своей квартиры не получил.

Краевой союз «Чернобыль» отказался от судебной тяжбы потому, что российским правительством была принята Федеральная целевая программа по обеспечению жильем участников ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС. За три года российское правительство обещало обеспечить квартирами всех стоящих на очереди «ликвидаторов», а также семей тех из них, кто не дожил до того заветного дня.

Трагедия планетарного масштаба на ЧАЭС показала, что наша жизнь и судьба зависит от способности людей управлять энергией укрощенного атома, что необходимы многократно продублированные меры технической и человеческой безопасности, что проживая в разных частях планеты, мы все зависим друг от друга. Авария показала, что в нашей стране и крае много неравнодушных людей, готовых объединиться для совместного решения возникающих проблем. Хотелось бы, чтобы и наше государство в полной мере несло свою ответственность перед своими гражданами, которые ценой своей жизни и здоровья, защищали население не только нашей страны, но и всего мира.

Список литературы:

1.ТАСС. К событиям на Чернобыльской АЭС//Красноярский рабочий, 1986, 8 мая.
2. Пяткин В. Чужой беды не бывает/В. Пяткин//Красноярский рабочий, 1986, 18 мая.
3. Угольков Ю. Чужого горя не бывает/Ю. Угольков//Красноярский рабочий, 1986, 23 мая.
4.ТАСС. В фонде Чернобыля - 500 миллионов//Красноярский рабочий, 1986, 19 сен.
5. Лыткин С. Дома для Чернобыльцев/С. Лыткин//Красноярский рабочий, 1986, 10 июля.
6.Чернобыль рядом с нами//Красноярский рабочий 2003,26 июля.
7.Льготы чернобыльцам//Красноярский рабочий, 1993, 15 янв.
8. Идиятулин М. Эхо Чернобыля/М. Идиятулин//Красноярский рабочий, 1993, 16 фев.
9. Пантелеев В. Плахино для чернобыльцев/В.Пантелеев//Красноярский рабочий, 1995, 23 июня.
10. Пантелеев В.Чернобыльцы на озере Боровом/В. Пантелеев//Красноярский рабочий, 1995, 7 авг.
11. Пантелеев В.Чернобыльское солнце/В. Пантелеев//Красноярский рабочий, 1995, 27 июня
12.Другие статьи из газеты «Красноярский рабочий» за период с 1986-2015 гг.

БОРИС ГОДУНОВ: ЗЛОДЕЙ ИЛИ ЖЕРТВА ОБСТОЯТЕЛЬСТВ?

Устьянцева Д.
Научный руководитель :к.и.н., доцент Гонина Н.В.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Борис Годунов в истории фигура противоречивая. Его правление было очень кратким – всего 7 лет и пришлось на тяжелый период Смуты. В чем только не обвиняли царя: узурпация престола, убийство малолетнего наследника и др. В итоге мнение о нем, в целом, складывается негативное. Большую роль в этом сыграли отзывы современников и знаменитое произведение А. Пушкина.

Как молотком стучит в ушах упрёк,
И всё тошнит, и голова кружится,
И мальчики кровавые в глазах...

И рад бежать, да некуда... ужасно!

Да, жалок тот, в ком совесть нечиста.

Александр Сергеевич намекает, что Годунов виновен в смерти младшего сына Ивана Грозного – царевича Дмитрия и его терзают муки совести. Талант поэта сильней исторических документов и уже третье столетие в сознании россиян царь Борис выступает злодеем. Но так ли это на самом деле?

Комиссия, созданная Боярской Думой, после смерти царевича Дмитрия однозначно заключила, что имел место несчастный случай. Неоднократно историки обсуждали этот вопрос и многократно доказали что Б. Годунову не было выгоды в смерти царевича, так как малолетним наследником и его матерью легко можно было манипулировать. Об этом пишет, например, В.Б. Кобрин.

В учебниках истории о Годунове пишется, что он проявил себя умным и дальновидным правителем. Он построил новые города, развивал торговлю и промышленность. Он раздавал хлеб бесплатно в период голода, заботился о нищих. Так же говорилось, что он был начитан, красив собой. Но помимо хорошего, были и плохие качества, он затевал интриги, репрессии, ссылки, был властолюбив и деспотичен.

У ученых мнения о Борисе Годунове также противоречивы. В.Б. Кобрин отмечал его ум, красноречие, расчетливость, но при этом он считал его властолюбивым, беспринципным и коварным. В.О. Ключевский писал, что судьба его трагична, что голод погубил его, но он, несомненно, был талантливым политическим деятелем. Л.М. Пятецкий считал, что он стремился к сплочению народа в условиях кризиса. Так же позитивно о нем отзывается и И. Тимофеев в своем сочинение о Смуте.

Таким образом, получается, что в целом негативный образ существует вопреки исторической действительности. Почему так происходит? Я думаю, что дело здесь в традиционном мировоззрении. Борис Годунов погрешил против установившегося законного наследования престола от отца к сыну, считавшегося священным. Он взял власть, не имея на это прав, и тем самым нарушил вековой порядок, прогневил бога и обрек народ на страдания. Заметим, что, например, в XVIII веке, в эпоху дворцовых переворотов, к таким действиям относились гораздо спокойней, так как право на власть определялось уже светским законодательством. Однако некритическое следование за источниками и в XVIII и в XIX веках рисует Годунова преступником.

Можно также согласиться с Н.М. Карамзиным и рядом других авторов, что любой монарх, правивший в тяжелые для народа годы, что бы он ни делал, будет оценен негативно, так как на него возлагается ответственность за все беды. В XX веке в этой ситуации оказывается Николай II.

И, наконец, никто не может простить Б. Годунову участия в опричном терроре и становлении крепостного права. То есть жертвой обстоятельств назвать его тоже нельзя. Он понимал, что делает и, увлекаемый властными амбициями, шел своей цели, не смотря на потери. Этот образ характерен не только для XVII века. В современной культуре он сохраняет свою актуальность. Так, любимый молодежью российский мюзикл «Последнее испытание», впервые презентованный в 1998 г/, хорошо показывает результат подобной деятельности. И поэтому можно диалектически оценивать результаты деятельности Б. Годунова в научной и учебной литературе, но моральная оценка всегда будет отрицательной.

Список литературы

1. http://www.biblgorlov.ru/kraevedenie/smuta/html/yka_boris_godynov.html
2. http://feb-web.ru/feb/pushkin/texts/selected/god/god-129-.htm
3. Платонов С.Ф. Под шапкой Мономаха./С.Ф. Платонов. – М., 1998.
4. Спектор А. История России./А. Спектор. – М., 2004.
5. http://www.gazeta.lv/ru/latvija/raznoe/755.html
6. http://histerl.ru/lectures/smutnoe_vremia/boris_godunov.htm

Подсекция 13.2. История Сибири

СИБИРСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРАФОН

Садовская К.Е.

Научный руководитель: ст. преподаватель Трусова В.П.

Омский государственный аграрный университет, Омск, Россия

Ни для кого не секрет, что физическая культура и спорт занимают в жизни каждого человека важную роль. Занятие спортом сопровождается индивидуальным интересом, а так же имеет первостепенную важность для общества в целом. На мой взгляд, прививать любовь к физической

культуре нужно с самого детства, и передавать это из поколения в поколение. Если регулярно заниматься и упражняться, то иммунная система с каждым разом будет укрепляться, а энергия будет набирать положительные обороты, человек будет в хорошей физической форме, а кроме того воспитает в себе характер и силу воли. Занятия спортом способствуют укреплению здоровья. Даже простая зарядка утром под любимую музыку заряжает энергией и позитивом на весь оставшийся день. Кроме того занятия спортом дают почувствовать радость собственных достижений. Не обязательно быть профессиональным спортсменом, чтобы получать пользу и удовольствие от этого. Многие из людей бегают по утрам, кто-то ходит на аэробику и фитнес, кто-то играет в футбол или занимается каратэ. Главное, чтобы это нравилось, и желание заниматься далее переходило изо дня в день. Вместе с тем, это делает вас физически сильными и уверенными в себе людьми, а также дает возможность знакомиться со многими интересными людьми. Рассуждая о пользе и важности физической культуры в жизни каждого человека, прежде всего, необходимо найти для себя такой вид спорта, который соответствовал бы личным предпочтениям. В наше время существует множество различных видов спорта: хоккей, теннис, футбол, фигурное катание, легкая атлетика и многие другие. В своей статье я бы хотела рассказать о такой дисциплине легкой атлетики как марафон, а точнее Сибирский международный марафон(SIM).

SIM– это официальное соревнование, включенное во Всероссийский и международный календари. Это крупное спортивно-культурное мероприятие международного уровня, имеющее большое значение в социальной жизни Омской области. За более чем двадцатилетнюю историю SIM завоевал репутацию постоянно развивающегося проекта, который имеет стабильно высокий уровень организации, широкое освещение и привлекающий тысячи участников и сотни тысяч зрителей. По моему мнению, это невероятное событие, которое должно произойти в жизни каждого человека. История марафонского бега, как вида спорта, начинается с возрождения Олимпийских игр. Тогда, в 1986 г., организаторы первых Олимпийских игр современности, которые проводились в Афинах, решили устроить забег, который повторял путь легендарного воина по имени Филиппид. Он принес известие о победе греков над персами в 490 г. до н.э. Согласно этой легенде гонец пробежал без остановки от поля боя состоявшегося возле селения Марафон до Афин, чтобы сообщить радостную весть. Прибежав в город, он смог только прокричать: «Радуйтесь, афиняне, мы победили» — и упал замертво.[2]

Международный олимпийский комитет в 1896 г. оценил фактическую длину дистанции от поля битвы в Марафоне до Афин в 34.5 км. На первых Играх современности в 1896 г. и на Играх 2004 г. марафонский бег действительно проходил по дистанции, проложенной от Марафона до Афин.10 апреля 1986 г. на старт первого в истории марафонского забега вышло 16 участников. К великой радости греков победителем стал их соотечественник Спирос Луис, преодолевший дистанцию за 2 часа 58 минут и 50 секунд. Изначально, длина пробега не была фиксирована, так как важным условием было то, что все спортсмены бежали по одному и тому же пути. История Сибирского международного марафона не менее интересна. Это увлекательное соревнование проводится в ,Омске с 1990 г. Первые 22 года марафон по традиции проходил в первую субботу августа, но уже в 2012 г. он был перенесен на 12 августа, то есть второе воскресенье. Уже в следующем году эстафету решили перенести на сентябрь, в связи с тем, что было много жалоб на плохое самочувствие, из-за высокой температуры воздуха. В 2010 г. Сибирский международный марафон первым в России получил право участвовать в мировой акции. Она была посвящена 2500-летию марафонского движения. В 2011 г. мы вошли в список 50 лучших марафонов мира. Такими фактами стоит гордиться. Точное число людей, ежегодно участвующих в Сибирском международном марафоне назвать очень сложно. На старт XXVI Сибирского международного марафона вышли более 11 тысяч человек. Я надеюсь, что с каждым годом, с каждым разом, это число будет увеличиваться. Ведь помимо профессиональных спортсменов, на дистанцию выходят люди разных физических подготовок и возрастов. Кто-то бежит для себя, для своего удовольствия и саморазвития, кто-то стремится прийти к старту первым. Каждый ставит перед собой свою цель, чтобы как можно скорее достичь ее. Участники получают от бега массу незабываемых ощущений. Чувствуется позитив, единение и радость, как от омичей, так и от гостей нашего города. Аплодисменты и крики, толпы, щелчки затворов фотоаппаратов и топот ног смешиваются в один оглушительный, завораживающий шум. Массовый старт сибирского международного марафона – это, пожалуй, сплетение самых различных эмоций – от волнения до веселья. Для кого-то это первая проверка сил, кто-то уже считает себя настоящим победителем забега. Хотя статус участников здесь не имеет значения. В отличие от главной дистанции массовый старт потому и массовый, что рассчитан на всех желающих. Так же соревнования посещают множество волонтеров. Наверное, именно поэтому, некоторые люди

приходят просто «поболеть», и порадоваться вместе с самими участниками. На трассе можно увидеть спортсменов из 19 регионов России, а также спортсменов из Анголы, Бразилии, Великобритании, Испании, Канады, Мали, и даже Финляндии. В целом участвуют представители 19 стран мира, и это достаточно большая цифра. В 2015 г. из мужчин, рекордсменом дистанции был Лабан Кипкемой Мойбен - Кенийский спортсмен, который впервые приехал в Омск. Он преодолел дистанцию с замечательным результатом.[1]

Всего за 2 час. 17 мин. кениец пробежал 42,195 км. Вторым к финальной линии прибежал марафонец из Киргизии - Илья Тяпкин, а вот третьим стал уральский бегун-Андрей Минаков. Среди женщин, уже четвертый раз «золото» взяла россиянка Альбина Майорова (Иванова). Она пробежала свою дистанцию с весьма успешным результатом-2 часа 35 минут. Второй результат был у Оксаны Фашенко, далее Мария Корбицкая из Киргизии, ее результат составил 2 часа 38 минут. Кстати говоря, XXVI Сибирский марафон был самым холодным в истории. Забег стартовал при температуре 8,8 градусов. Но это не помешало участникам сбиться со своей цели. Углубившись в историю Сибирского марафона можно заметить, что за все время его существования самый лучший результат был установлен в 1993 г. у Эдуарда Тухбатулина, которому понадобилось всего 2 часа 13 минут. Из девушек рекорд был поставлен всё той же Альбиной Майоровой (Ивановой). Время пробега составило 2 час. 30 мин. Говоря о марафоне, мы думаем не только о самой дистанции и беге участников, но и об их здоровье и самочувствии. Поэтому, на соревнованиях всегда присутствуют медики, чтобы в случае чего, оказать первую медицинскую помощь. Так же для спортсменов предоставлена вода, и фрукты. Кроме профессионалов и любителей бега, активное участие принимают люди с ограниченными возможностями. Они пытаются всем показать, что спорт и здоровый образ жизни сопутствуют с ними. Очень важно для них преодоление выбранных дистанций. Конечно, это не такие большие забеги, как у обычных людей, но для каждого участника это своя маленькая победа над собой. Ежегодно, марафонцами выпивается 25992 бутылок питьевой воды, так же около 3 т. апельсинов и бананов приготовлено для участников SIM. На трассе находится 13 пунктов питания. В среднем, чтобы добраться от старта до финиша, участники делают где-то 25000 шагов. Так же существует множество различных фактов о сибирском международном марафоне. Например: свыше 50 тыс. зрителей стоят живым коридором вдоль трассы марафона, а так же, около 500 тыс. телезрителей следят за спортивными баталиями SIM во время прямой трансляции марафона; в 2001 г. 25 кг. сахара пронес на плечах любитель бега из Нижегородской области Валерий Кокшаров, преодолевший 42 км 195 м; целых22 000 км. преодолел на самолете в 1996 г. австралиец Джорж Содбинов, чтобы принять участие в SIM; 5 раз Михаил Хоботов из Абакана становился абсолютным победителем Сибирского международного марафона, что является рекордом SIM среди мужчин и женщин. Три года подряд с 2003 по 2005 Хоботов приходил к финишу первым; 160 человек привлекают организаторы SIM для работы во время проведения марафона; 3 часа длится прямая трансляция SIM;1800 любителей бега вышли на старт I Сибирского международного марафона в 1990 г; 8 час. 15 мин. потребовалось в 1999 г. турецкому участнику Явусу Сапу, чтобы преодолеть на костылях 42 км 195 м омской трассы. В 2010 г. в год празднования 2500-летнего юбилея первого легендарного марафонского пробега в Омск из Греции был доставлен символ марафонского движения – «Марафонский огонь». [2] Я очень горжусь достижениями спортсменов. И в заключении, хотелось бы сказать, что я очень горда и рада, что вот такой «Праздник здоровья» проходит именно у нас в Омске. Спорт - всего лишь одно слово, но как много оно несет в себе смысла. История спорта идет в далекое будущее, начинаясь с далекого прошлого. Как правило, он окружает нас с самого рождения, и многие выбирают его как часть своей профессии. Но, к большому сожалению, не всем дается понять, что спорт - это неотъемлемая часть нашей жизни, часть нашего здоровья, часть самих нас.

Список литературы:

1.Менеджмент и экономика физической культуры и спорта /М.И. Золотов [и др]. – Москва: Academia, 2001. - 432с. УДК 796 ББК 65.290 Кх-3

2.Решетников, Н.В. Физическая культура /Н. В. Решетников, Ю. Л. Кислицын. – Москва: Изд-во «Мастерство», 2002. - 152с. - (Среднее профессиональное образование)

МОЯ СЕМЬЯ В ИСТОРИИ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Дубинкина А.В.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Павлюкевич Р.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Всё дальше и дальше уходят в прошлое годы Великой Отечественной войны, все меньше и меньше остается в живых свидетелей тех страшных событий. Всё, о чём я буду говорить, это рассказ моей мамы. Сама она всё это знает по рассказам своих бабушек и дедушек. Кроме этого она изучила оставленные после смерти дедов документов, дополняла полученные сведения информацией из Интернета.

Все мои прадеды и один прапрадед по маминой линии воевали в Великую Отечественную войну. Хочу рассказать об их личном вкладе в Победу над врагом.

Начну свой рассказ о прадеде, которого я помню. Бородин Михаил Евгеньевич родился в 1916 г., родом был из Красноярского края. С 1937 по 1939 гг. он проходил службу в рядах советской армии на Дальнем Востоке. Потом направили его на учебу в Чкаловское пехотное училище, в город Оренбург. Зимой 1940 года это училище расформировали, и Михаил Евгеньевич попал в Винницкое стрелково-пулеметное училище, после окончания которого, ему было присвоено звание младшего лейтенанта. Обычно выпускников этого училища отправляли на погранзаставы, но за хорошую учебу младший лейтенант Бородин был оставлен при этом училище.

До марта 1941 г. он обучал курсантов военному делу. Затем его направили в Киевский особый военный округ. Он попал в 35-ую танковую дивизию, 35-ый отдельный танковый разведбатальон, где был назначен командиром мотоциклетной роты.

И тут началась Великая Отечественная война, Михаил Евгеньевич с первых дней ушел на фронт защищать родное Отечество от фашистов. В боевых действиях участвовал в составе 35-йтанковой дивизии 9 механизированного корпуса Юго-Западного фронта в разведовательном батальоне. С болью вспоминал он пережитое: часто отступали, не хватало вооружения, обучение бойцов не было завершено, многие были еще юными 18-летними мальчишками. Впереди шли мотоциклисты, за ними бронемашины и танки. Его танковую часть разбили.

Так случилось, что попали они в окружение и с 26 сентября 1941 г. по 10 декабря 1943 г. находились на оккупированной немцами территории около города Винница.

В то время, согласно приказу наркома обороны, офицеры, которые находились в плену или на временно оккупированной немцами территории направлялись в штурмовые батальоны. В отличие от штрафников (штрафбаты и штрафроты) те, кто направлялся в штурмовые батальоны, не были осуждены и лишены офицерских званий. Срок пребывания личного состава в отдельном штурмовом стрелковом батальоне устанавливался - два месяца участия в боях, либо до награждения орденом за проявленную доблесть в бою или до первого ранения.

В августе 1944 г. лейтенант Бородин после прохождения спецпроверки в лагере НКВД был направлен в 21-ый отдельный штурмовой стрелковый батальон 43 армии 1-ого Прибалтийского фронта в должности командира стрелкового взвода. Взламывать неприступную оборону противника в соответствии с приказом было их задачей. Вот и пришлось Михаилу Евгеньевичу воевать на самых тяжелых участках фронта, кровью искупать «вину» - нахождение на оккупированной территории. Из 1200 человек штурмового батальона почти все погибли. В разведку уходило 35-37 человек, а возвращалось только 5-6 человек. Рассказывая о тех боях, деда Миша всегда плакал, вспоминая погибших товарищей, чаще всего он вспоминал погибшего друга Василия, который спас его от смерти.

Потери 21 штурмового батальона составили около 80% личного состава, почти все оставшиеся в живых были ранены».

При жестоких боях, когда в Прибалтике брали Реутово, Шауляй и вышли на Ригу, а оттуда в немецкий город Мемель (Клайпеда) в Восточной Пруссии, Бородина Михаила Евгеньевича контузило. Это случилось 13 октября 1944 г. С тяжелой контузией он попал в госпиталь. Выписали его из госпиталя зимой 1945 года и отправили слушателем в 55 запасной офицерский полк МВД. В поезде на подъезде к Москве он узнал о Победе. На Красной площади было всеобщее ликование. Не верилось, что война закончилась.

Уже после войны до весны 1947 года Михаил Евгеньевич был начальником части 338-ого отдельного рабочего батальона по охране военнопленных немцев. Был в Польше, Германии.

Из армии Михаил Евгеньевич демобилизовался в апреле 1947 года. Работал на Виннице токарем, слесарем, автомехаником, а с 1959 г. был зачислен на работу учителем труда в Винницкую среднюю школу № 26. Но тянуло его в родную Сибирь, и он вернулся на рудник Юлия, работал в

Цветногорской школе учителем труда, а когда сгорел рудник Юлия, переехал с семьей в Бородино и работал до пенсии в нашей Бородинской школе.

Михаил Евгеньевич был награжден медалью «За победу над Германией в великой Отечественной войне 1941-1945 годов», юбилейными медалями. За отвагу, самоотверженность и личное мужество, проявлено в боевых действиях при защите Отечества, медалью Жукова. За храбрость, стойкость, проявленные в борьбе с немецко-фашисткими захватчиками, «Орденом Отечественной войны II степени».

Следующий рассказ о прадеде Кокорине Иване Андреяновиче, родившемся 1 сентября 1924 г. в Кировской области. Его в живых я не видела, он умер до моего рождения в 1993 г.

Еще мальчишкой с родителями он переехал в село Кавказское Минусинского района. Когда началась война, ему исполнилось только 17 лет. Отца, Кокорина Андреяна Макаровича, почти сразу забрали на фронт, долгое время он числился пропавшим без вести. Только в 1990 г. пришло известие, что он погиб при обороне Ленинграда на Ладожском озере. Больше о нем ничего неизвестно.

Сам прадед из-за малолетства с начала войны работал в колхозе, потом в июле 1942 г. был направлен курсантом в 5-ую учебно-стрелковую бригаду. С 1943 г. по январь 1945 г. был стрелком в составе 15-ой гвардейской военно-десантной бригады. С 21 марта 1945 г. в составе 349 стрелкового полка принимал участие в боях, был автоматчиком. Участвовал в разгроме танковой группы немцев юго-западнее Будапешта, участник боев за овладение столицей Австрии – города Вена, ему было тогда 20 лет. В ходе боев за Вену наши войска разгромили 11 танковых дивизий немцев, взяли в плен более 130 тыс. солдат и офицеров противника, уничтожили и захватили много техники и военного имущества врага.

Иван Андреянович был награжден Орденом Славы III степени и медалью «За отвагу». Во время боев был контужен и ранен, осколочные ранения на лице, ноге. После войны у него остались шрамы и осколок в голове, который нельзя было удалить. Он прожил с ним еще 50 лет, испытывая сильные головные боли. Демобилизовался красноармеец Кокорин только в феврале 1948 г.С 1946 по 1948 гг. он был стрелком при государственном испытательном институте Военно-воздушных сил.

Мои прадеды были участниками Великой Отечественной войны. Но в тылу оставалась их семья, которая тоже приближала победу. Женщины работали в колхозе, воспитывали детей, ждали своих героев с войны, молились об их скором возвращении. Из воспоминаний: было очень тяжело работать, потому что жили впроголодь.

Вот такое участие внесли мои предки в Великую Отечественную войну. Я считаю этих людей достойными гражданами своей Родины. Они выполнили свой гражданский долг! Я очень горжусь ими. Единственное, что мы теперь можем сделать для них – это вечно помнить их подвиг, жить мирно, не допускать войн, быть им благодарнымиза свободу и независимость нашей Родины!

Обидно, что так мало знаем мы о своих предках. Я постараюсь сохранить для своих потомков все то, что мне рассказала мама. Ведь пока мы помним прошлое, у нас есть и будущее.

Список литературы:

1. История второй мировой войны, 1939 - 1945. Т3.
2. История России. 20-й век. М., 1996г.
3. История внешней политики СССР, 1917 - 1945, .М., «Наука», 1986г

СОВРЕМЕННОЕ ПРОЧТЕНИЕ ПОБЕДЫ В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННЫХ ТАСЕЕВСКИХ ШКОЛЬНИКОВ

Роот Т.А.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Павлюкевич .Р. В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

2015 г.– год 70-летия Победы в Великой Отечественной Войне - самой ожесточенной битвы 20-го века, как цунами, прокатившейся по истории сотен государств; результатом чего стали тысячи разрушенных городов и миллионы погибших человеческих судеб. Великая Отечественная война оставила наиболее глубокий след в памяти российского народа и кардинально повлияла на дальнейший ход истории отечественной и мировой истории. Но останется ли она в памяти будущего поколения?

К сожалению, у всей воспитательной и образовательной политики есть одно «но»: большая часть работы проводится к юбилейным торжествам. Проведение различных мероприятий, таких как уроки мужества, тематические уроки по истории Великой Отечественной Войны, фестивали патриотической песни и конкурсы строевой подготовки, сочинений на военную тему, рисунков, поделок и т.д. В иное же время о патриотизме говорится не так много. Мне захотелось

проанализировать результаты воспитательной работы в этом направлении с помощью социологического опроса, участниками которого стали учащиеся 6-8-х классов «Тасеевской Средней Общеобразовательной школы №1». Я сама являюсь бывшей ученицей данной школы и поэтому с большим вниманием отношусь к тому, какие действия и бездействия там происходят.

Опрос состоял из двух вопросов, с какими книгами, песнями, фильмами о Великой Отечественной Войне вы познакомились за последний год, и какое значение вы придаете победе СССР в Великой Отечественной войне?

В опросе приняли участие 142 человека, из которых 126 (89%) за последнее время познакомились с отечественным кинематографом: самые популярными фильмами оказались «Батальон», «Судьба человека», «Битва за Севастополь», «Белый тигр», «Сталинград», «Цель вижу», «Туман», «А зори здесь тихие». Из литературных произведений (а читают книги всего 17 человек из 142) были названы – «Война и мир», «Живи и помни», «Судьба человека», «Они сражались за родину», «Повесть о настоящем человеке» и «А завтра была война». Когда опрос по произведениям завершился и я зачитала его всем участникам опроса, дети и после этого подтвердили, что не знают содержание данных произведений. Что же касается песен, то здесь «Три танкиста», «Катюшу», «День Победы» и «Журавли» назвали 21 человек.

Отмечу, что большинство учеников не проявляют интереса к военной тематике: большинство знаний они получили только во время проведенных мероприятий в школе. Дома тема не поднимается, с родителями не обсуждается, поэтому все ответы школьников однообразны, не несут никаких эмоций. Собственно, понятие «патриотизм» присутствует, но имеет различные виды и характеристики – от серьезного «это чувство гордости за подвиги своих прадедов, возможность жить в свободной стране, чтить ее историю и говорить на родном языке», до убийственного «мне наплевать, я живу в свое удовольствие, за это – спасибо!».

Более серьезная проблема, с которой я столкнулась при исследовании, - это абсолютное или частичное незнание событий Великой Отечественной Войны, следовательно, и непонимание важности произошедшего события. В школьной программе на войну не отводится должного времени, если события войны и изучаются, только как героическая победа с именами маршалов Советского Союза. С «окопной» правдой, или тем, что происходило в тылу, не знаком и вовсе никто.

Причина здесь одна – военной тематикой не интересуется и более старшее поколение. В селе почти нет специалистов по войне в профессиональной среде, поэтому и учителя истории могут черпать информацию только из общедоступных источников или сети Интернет, где встречаются и неточности. Краеведческая же заинтересованность оставляет желать лучшего, но даже в таких условиях учителя стараются дать знания молодому поколению. На классные часы приглашаются ветераны войны и тыла, несмотря на то, что самому младшему из них уже под девяносто лет. Школьники имеют возможность посещать Тасеевский музей, где работает постоянно действующая выставка, на которой представлены различные снимки, боеприпасы, оружия, одежда и предметы быта того времени.

«Наверное, мы мало знаем о событиях Великой Отечественной, потому что мы родились в спокойное время, нам не довелось узнать, как это жить в голод, постоянно в подвалах, не выходя на улицу. Наше поколение почти не интересуется годами войны и о тех людях, благодаря которым мы живем, ходим, дышим. Моё мнение: каждый ребёнок в России должен знать, благодаря кому они живут», - так видит проблему незнания отечественной истории ученица 7 класса Зайцева Ксения. В свою очередь я считаю, что незнание не освобождает от ответственности: добавить уроки, проводить военно-патриотические мероприятия в течение всего учебного года, а не только в преддверии праздников будет недостаточным, если семья не будет прививать детям чувство долга, благодарности, ответственности за светлое будущее, которое им подарили воевавшие на полях сражений.

Главное, что учителя и ученики в целом смотрят в одном направлении, буду надеяться, что и государство выберет правильную позицию в данном вопросе.

А так как я теперь студентка Красноярского государственного аграрного университета, то мне бы хотелось, чтобы и здесь проводились концерты, посвященные празднику, встречи с ветеранами и «детьми ВОВ войны», снимались социальные клипы, делались подарки и добрые дела, для пожилых людей. чтобы Аграрный университет ответственно подошел к данной проблеме, и преподаватели на своих занятиях упоминали о страшных событиях тех дней, о подвигах людей, которые мало известны, но вклад их для России был великим.

Список литературы

1. Борисенок Ю.А. (Великая Победа и современность. К 65-летию Победы советского народа в Великой Отечественной войне/Ю.А. Борисенко. М., 2010 .
2. Великая Отечественная Война. Девствующая Армия. М., 2005.
3. Великая Отечественная. История Великой Победы, 1941-1945гг. М., 2005.
4. Великая Отечественная Война 1941-1945. М., 2012.

ОБЛАСТНОЙ СПОРТИВНО – КУЛЬТУРНЫЙ «ПРАЗДНИК СЕВЕРА»

Орозбаева С. Ж.

Научный руководитель: ст. преподаватель Трусова В.П.

Омский Государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, г. Омск, Россия

История «Праздника Севера» началась в 1970 г. Анализируя работу физкультурных организаций Омской области, областной совет ДСО «Урожай» пришел к выводу, что команды северных районов стали реже учувствовать в областных соревнованиях, а если и участвовали, то результаты показывали очень низкие. Причин этому было много.

В первую очередь, их отдаленность от города, и, следовательно – трудности с проездом. Мало кто из тренеров северных районов имел высшее образование, а методическую литературу достать было трудно. Устарела материальная база «северян», сокращалось количество детских спортивных школ. Так, учитывая особенности и традиции северных районов, обком ВЛКСМ и областной совет ДСО «Урожай» решили провести для них зимние сельские спортивные игры.

«Праздник Севера» впервые стартовал 10 марта 1971 г. в Тевризе. Успешному проведению соревнований способствовала его популяризация: о нем сообщали областные газеты, радио, телевидение, выпускались красочные афиши, программы, значки. Много труда вложили в подготовку праздника его хозяева – тевризцы. Был расчищен стадион, сделаны снежные трибуны, для хоккеистов и конькобежцев приготовлен отличный лед. Лыжные трассы проходили в живописном сосновом бору и береговым кручам Иртыша.

Украшением праздника стали показательные выступления студентов и преподавателей Омского института физической культуры по классической и вольной борьбе, фигурному катанию, акробатике, борьбе самбо и художественной гимнастике. Тепло встретили зрители и участники соревнований концерт музыкального ансамбля политехнического института. Завершился спортивный праздник яркими, веселыми проводами русской зимы. Успех превзошел все ожидания.

Принять участие в очередных «Праздниках Севера» пожелали спортсмены из других районов области. В областной оргкомитет поступили заявки от райкомов КПСС, исполкомов районных Советов с просьбой о проведении подобных праздников в их районах. Уже в 1973 г. к участию в соревнованиях, проходивших в Тюкалинске, были допущены участники из «южных» районов Омской области. С тех пор «Праздник Севера» является грандиозным смотром зимних видов спорта, развивающихся на селе.

Постоянными участниками зимних сельских олимпиад являются все 32 района Омской области. В каждом районе-хозяине малой олимпиады строятся или реконструируются стадионы, возводятся хоккейные коробки, крытые катки, спортивные залы.

Количество участников областных «Праздников Севера» тоже выросло в несколько раз. Взять, к примеру «Праздник Севера « в Саргатском районе. В нем приняли участие около 800 спортсменов, среди которых один мастер спорта международного класса, 26 мастеров спорта, 81 кандидат в мастера и 193 перворазрядника. Все команды прекрасно экипированы. Но главное, во всех районах созданы условия для тренировок. Ведь на областной «Праздник Севера» приезжают только лучшие, занявшие призовые места в своих районах, а на начальных этапах – это тысячи и тысячи спортсменов в каждом селе, поселке, городе. И давно уже каждая сельская олимпиада – это не только спортивные состязания, но и настоящий праздник для сельчан – с ярмаркой, выступлением лучших творческих коллективов, народным гулянием, фейерверком.

На данный момент в соревновательную программу «Праздников Севера» входят: лыжные гонки, биатлон, полиатлон, шорт-трек, конькобежный спорт, хоккей с шайбой, мини-футбол на снегу, скоростная радиотелеграфия, мотокросс, а также состязания, проходящие в рамках Спартакиады школьников. Перед стартом этого сельского спортивного форума проходит целая серия отборочных соревнований, в которых соперничают около 40.000 спортсменов. По их результатам и определяются дальнейшие участники финальной части «Праздника Севера», проходящий в течении пяти дней.

Церемония открытия «Праздника Севера», в котором может быть задействовано более 500 артистов и спортсменов, традиционно включает в себя ритуал зажжения огня зимней олимпиады,

парад команд-участниц и фейерверк. Также эффектно и массово проходит завершение сельского спортивного форума. В дни финальных состязаний проводятся ярмарки, Выставки, народные гуляния, дискотеки для молодежи. Участников обязательно приветствует королева праздника – самая достойная и красивая жительница района.

В финальных соревнованиях «Праздника Севера», проводимого, как правило, в конце февраля – начале марта, ежегодно принимало участие около 1 тысячи спортсменов из всех районов Омской области. Среди них есть как молодые перспективные атлеты, так и опытные турнирные бойцы, имеющие звание мастеров спорта и даже мастеров спорта международного класса.

Соревнования «Праздника Севера» пользуется огромной популярностью среди любителей спорта. Спортивные поединки посещают сотни болельщиков, дабы поддержать участников соревнований. В целях предоставления точной информации «Праздника Севера» работает пресс центр, выпускающий ежедневные бюллетени, из которых любители спорта, участники и специалисты могут почерпнуть данные о последних результатах проведенных стартов, мнение авторитетных экспертов, интересные факты из истории сельских олимпиад.

Получение права проведения очередного «Праздника Севера» - это большая ответственность и предмет настоящей гордости для жителей района организатора спортивного форума.

Значение таких спортивно-культурных «Праздников Севера» трудно переоценить. Они всегда объединяют спортсменов, не дают стоять на месте и вносят огромный вклад в развитие массовой физической культуры и спорта на селе. В нашей стране аналогов таким спортивно-физкультурным праздникам нет.

Много лет правительство Омской области полностью финансирует это мероприятие. Привлечение сельского населения к регулярным спортивным занятиям, создание полноценных условий для тренировок даже в самых отдаленных уголках области, пропаганда здорового образа жизни, физическое и нравственное совершенствование жителей села – вот задачи которые решаются в процессе подготовки и проведения праздников.

Это мероприятие выдержало испытание временем. Значение «Праздника Севера» не только в спортивном совершенствовании. Это в первую очередь шанс талантливой молодежи проявить себя, выбрать дорогу в жизнь. Спорт и физическая культура воспитывает в людях дисциплинированность, целеустремленность, аккуратность, порядочность. Огромное значение физическая культура и спорт имеют для современного человека, ведь как важно приобщать молодежь к физической культуре, прививать ценности здорового образа жизни! Именно от подрастающего поколения, его гармоничного развития во многом зависит наш завтрашний день. Такие слова на открытии 43 очередного праздника в Колосовке произнес губернатор Омской области В. И. Назаров.

В 2015 г. с 26 февраля по 1 марта зимний сельский спортивно-культурный праздник прошел в селе Большие Уки. По многолетней традиции организаторами главного сельского старта нашего региона являются Правительство Омской области в лице региональных Министерства культуры и Министерства по делам молодежи, физической культуры и спорта. Подготовку также осуществляют Областной физкультурно-спортивный клуб «Урожай», региональное отделение Общероссийской общественно-государственной организации «ДОСААФ России» и администрация Большеуковского муниципального района.

В 2016 г областной «Праздник Севера» проходил в Исилькуле.

На главном стадионе Исилькуля «Молодежный» прошла торжественная церемония открытия и закрытия «Праздника Севера». На главном объекте спартакиады были проведены соревнования по мини-футболу на снегу.

Впервые в столице областной спартакиады турниры по хоккею и шорт-треку прошли в крытом дворце спорта с искусственным льдом. По традиции в дни праздника была обширная культурная программа.

Почетными гостями мероприятия были Губернатор Омской области, Председатель Правительства Омской области Виктор Назаров и Министр по делам молодежи, физической культуры и спорта Омской области, Константин Подбельской.

Губернатор пожелал участникам «Праздника Севера« удачи, а болельщикам — ярких впечатлений, и отметил преемственность искренней любви омичей к спорту: «Наш регион — единственный в России, где накоплен почти полувековой опыт организации сельских спартакиад регионального масштаба. «Праздник Севера« давно стал нашей спортивной гордостью. На старт в эти дни выйдут около 900 спортсменов, в том числе дети и внуки тех, кто в свое время принимал участие в первых спартакиадах. И мы сохраним традицию проведения Праздника и в будущем».

«Праздник Севера» проводится в Омской области с 1971 г. и ни разу не прерывался. Изначально в комплексных соревнованиях принимали участие команды 11-ти северных районов. С 1976 г. спартакиада стала областной

Список литературы:

1.Первых Т.Н. Областной спортивно-культурный «Праздник Севера» как форма устойчивого развития села ./Т.Н.Первых, В.П.Трусова//Материалы международной научно-практической конференции (Омск4 апреля 2014 года.)» 3 Манякинские чтения :» Зеленая экономика»: Риски, выгоды и перспективы с точки зрения устойчивого развития» стр.199

2. «Праздник Севера. Тевриз 1971»/ Н. Шевцов / Тевризская районная библиотека. 1971.

3.Омский спортивный журнал «Это спорт» учредитель Министерство по делам молодежи физической культуры и спорта Омской области.

4.Буклеты по проведению «Праздника Севера».

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КРАСНОЯРСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО БАНКА В ГОДЫ НЭПА (1922-1929)

Бабий А. В.

Научный руководитель: к. и. н., доцент Лущаева Г. М.

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

Красноярское Отделение Государственного Банка действовало на основании положения о Государственном Банке Российской Социалистической Федеративной Республики, принятого четвертой сессией Всероссийского Центрального Исполнительного Комитета от 13 октября 1921 г. (опубликовано в Известиях ВЦИК от 13-го того же месяца за №231), и функционировало в г. Красноярске с 10-июля 1922 г.[2].

До начала функционирования Краевой конторы Государственного Банка в г. Ново - Николаевске (февраль 1923 г.) местное Отделение находилось в непосредственном подчинении Правления Госбанка в Москве, откуда получало руководящие указания по всем своим операциям. С февраля же подчинение перешло к Краевой конторе, с незначительной параллельной отчетностью перед Правлением Госбанка в Москве.

Отделение состояло из следующих отделов: а) общий – в составе секретариата и хозяйственной части, б) отдел активных операций – для производства учетно-ссудных, товарно-складских и комиссионных операций, в) отдел пассивных операций – для производства операций по вкладам, текущим счетам и переводам, г) отдел взаимных расчетов, д) бухгалтерия, е) контроль, и ж) касса[2].

Управляющим отделения 15 мая 1922 г. был назначен Халин Илья Данилович, находившийся в должности до 1 июля 1923 г. В управляющий совет также вошли Ершов Александр Константинович (товарищ управляющего), Рычков Л. В. (гл. бухгалтер), Дидковский И. В. (старший контролер) и Кудряшов Н. Э. (зав. отделом активных операций).

На 12 августа 1922 г. в штате Красноярского Отделения Государственного Банка насчитывалось уже 28 человек, в том числе: Управляющий, товарищ Управляющего, 3 человека – секретариат, по 3 человека – в отделах – учетно-ссудном и вкладов, текущих счетов и переводов, 3 человека – в бухгалтерии, 4 – в кассе, 2 контролера, 5 человек младших служащих (2 курьера, дворник, истопник и швейцар) и 3 человека охраны. К концу 1922 г. в штате состояло 35 человек. Содержание всех сотрудников в 1922 г. выразилось в сумме 87471 руб.[2].

Капитал Отделения был равен 2, 5 млн. рублей. На баланс отделения были переданы все текущие счета, остатки по которым превышали 100 тыс. руб. В 1922 г. Отделением получено от правления 25 тыс. руб. для открытия операций, 940 тыс. руб. в виде подкрепления для производства операций. В 1923 г. получено 2 тыс. руб.[2].

Таким образом, Красноярское Отделение Государственного Банка сразу же после его образования стало серьезным кредитным учреждением, которое было призвано удовлетворить кредитами нужды местной промышленности.

Открытие операционной деятельности Красноярского отделения состоялось 10 июля 1922 г., после предварительной организационной работы, которая главным образом выразилась в подыскании помещения и обстановки для Отделения, подборе сотрудников со стажем банковской деятельности, а также в выяснении анкетным способом состояния промышленных предприятий губернии, как в отношении их производительности, так и финансовой мощи и потребности их в кредите.

Отделению было разрешено производить нижеследующие операции с государственной промышленностью, кооперацией, сельско-хозяйственными организациями, кустарями и частными

лицами[1]: производственно-целевые кредиты с определенным назначением такие как: а) сельско-хозяйственным организациям на закупку семян для распределения последних между отдельными хозяйствами; б) на покупку живого и мертвого инвентаря для такого же распределения, в) на мелиоративные задания: осушение болот, облесение, засаждение песчанных пространств, орошение безводных мест, снабжение оборотными средствами данного производительного предприятия и на другие подобные цели и назначения; кредиты до востребования (онколь) (кредиты до востребования имели пред срочными ссудами те преимущества, что клиенты с согласия банка могли частично и полностью заменить обеспечение другими видами, а равно могли частично и полностью погашать кредиты по своему усмотрению, но, с другой стороны, Госбанк предоставлял себе право с предупреждением за 10 дней потребовать частичного погашения долга и даже полной его оплаты); срочные ссуды под залог сроком до 3 месяцев; учет векселей и долговых обязательств; учет векселей и долговых обязательств; покупка и продажа по поручениям товаров, разрешенных для свободного обращения; покупака и продажа за собственный счет иностранных ценных бумаг, драгоценных металлов; аккредитивы под документы на отправление товара; переводы и кредитивы на учреждения Госбанка и за границей; комиссионные операции с векселями, обязательствами, товарами и другого рода документами; прием и выдача денежных переводов: на текущие счета (на срок и без такового) в неограниченных суммах с выдачей беспрепятственно и без ограничения сумм.

По текущим счетам Отделения платило 1% в месяц. По активным операциям взымало 2% в месяц; при этом или участвовало в прибылях на затраченный с своей стороны капитал в данное предприятие, или взымало дополнительные комиссионные в размере по условиям каждого отдельного случая. С 10 июля по 1 сентября 1922 г. было открыто 57 счетов и выполнено 50 переводных операций. Первый отчет характеризовался следующими цифрами: 57 счетов на сумму 7 мил.707 тыс.545 руб., 50 переводных операций на сумму 12 мил.439 тыс.545 руб. Операции по пассивным счетам составляли 20 мил.147 тыс.188 руб., по активным счетам – 7 мил.813 тыс.808 руб.

Красноярское Отделение Государственного Банка было одним из наиболее динамично развивающихся отделений. На первом этапе своей работы, деятельность Госбанка в Красноярске носила преимущественно организационный характер, но уже к середине 1920-х гг. Отделение встало во главе всей финансовой системы Енисейской губернии.

В середине 1920-х гг. страна начала постепенно переходить к форсированной индустриализации. Основным практическим вопросом, от успешного разрешения которого зависело все дело индустриализации государства, была проблема накопления средств для развития промышленности. 11 июня 1926 г. СНК СССР было принято постановление «О режиме экономии»[1]. Поставленная перед страной задача требовала проведения более жесткой политики и в банковской системе. Работа по режиму экономии в сфере кредитных учреждений в основном выражалась в рационализации банковского аппарата, бухгалтерии, делопроизводства и самой системы.

Директивные указания Краевой Конторы для Красноярского отделения Государственного Банка первоначально касались максимального сокращения по линии административно-хозяйственных расходов и составления сокращенной сметы на второе полугодие 1926 г., которая была уменьшена на 4 тыс. руб. Фактически работа администрации и Экономической комиссии в целом была направлена на устранение мелких незначительных дефектов в области аппарата и сокращения расходов, причем очень часто брались не действительно сокращенные расходы, а предполагаемые, большая часть которых в конечном результате не осуществилась[3]. Так, баланс в 1926 г. по сравнению с балансом за 1925 г. был сведен со значительным увеличением: 80тыс. 115 руб. в 1925 г. и 115 тыс.985 руб. в 1926 г.

В период с июня 1926 по 1928 гг. была проведена серьезная работа по претворению в жизнь режима экономии. Были значительно урезаны расходы Отделения государственного банка, сокращена сеть частных кредитных учреждений. Страна накапливала капитал для проведения форсированной индустриализации и переходила к плановому ведению всего хозяйства.

В целом 20-е гг XX в. можно разделить на два периода:

1. 1922 - конец 1924 г., когда произошел широкий допуск частного капитала в экономику страны, и в Енисейской губернии начали создаваться частные кредитные учреждения. Красноярское Отделение Госбанка занимало ведущие, но не главные позиции.
2. 1925 – 1929 г., когда государственная политика в области частного кредитования все более ужесточалась. Отделения Государственного Банка к концу данного периода стали единственными кредитными учреждениями в Енисейской губернии.

Список источников:

1.Государственный архив Красноярского края (ГАКК). Ф. Р-47. Красноярское отделение Государственного банка СССР. - Оп.1. - Д. 4.

2.Государственный архив Красноярского края (ГАКК). Ф. Р - 47. Красноярское отделение Государственного банка СССР. - Оп.1. - Д.19.

3.Государственный архив Красноярского края (ГАКК). Ф. Р-47. Красноярское отделение Государственного банка СССР. - Оп.1. - Д. 121.

«НЕ ГОРОДСКАЯ» ПОВСЕДНЕВНОСТЬ В ВОСПОМИНАНИЯХ КРАСНОЯРЦЕВ

Севостьянова Я.В, Зверева А.А.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Гонина Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Один из старейших городов нашего региона, Красноярск основан в 1628 г. Кроме того, являясь столицей края, он сосредотачивает и значительную массу его жителей – 1 млн. или 30%. Поэтому, когда мы говорим о коренных горожанах, тех, кто родился и вырос в городе, чьи родители были уже красноярцами, а может быть и бабушки, и дедушки, представляется, что в течение хотя бы последней сотни лет красноярцы ведут городской образ жизни.

Городским образом жизни (ГОЖ) принято называть исторически сложившуюся социокультурную подсистему механизма городского устройства, основная функция которой состоит в организации процесса жизнедеятельности социальных субъектов в условиях специфической социопространственной реальности города. Наряду с индивидами, субъектами Г.О.Ж. выступают демографические, образовательные, профессиональные группы и т. д. Особенности образа жизни данных групп являются следствием разных условий жизнедеятельности людей, принадлежащих к этим группам[1].

Чаще всего специалисты, говоря о ГОЖ выделяют такие черты, как занятость вне сельского хозяйства, модернизация семейной жизни (однопоколенная семья с 1-2 детьми, приоритет карьеры, самореализации у женщин)

Красноярск подарил нам удивительное открытие. Из записанных нами воспоминаний коренных красноярцев 1930 – 1960-х гг. рождения мы узнали, что для них преобладающим был традиционный, сельский уклад жизни.

Респондент Людмила (1940 г.р.) поведала нам о своей юности: «В детстве мама держала скот. Моя мама. Она держала ее (корову), потому что кормить было нечем нас. И на работе работала, и подрабатывала, плюс скот еще содержала. Я до сих пор поражаюсь, как она успевала все делать. И папа, конечно, также. Сейчас же – огород. <…> Любимое место – наверное, Енисей. Набережная. В детстве мы ходили, белье там полоскали, с телегой. Мама телегу загрузит, и мы эту телегу с братьями тащили, там полоскали и обратно. Вот это наше было «развлечение»

Респондент Анна(1939 г.р.) рассказала: «Переехала в город Красноярск по ряду причин, по семейным обстоятельствам. Вот здесь я работала зоотехником в подсобном хозяйстве железной дороги. Хозяйство у нас большое было. Работала здесь до самого выхода на пенсию. Здесь я заработала «почетного железнодорожника» и получила медаль, серебряную, от сельхозвыставки за достигнутые успехи в получении продукции животноводства».

Наши респонденты – женщины и главной ценностью в своей жизни они назвали семью.

Анна (1939 г.р.) заметила: «Ценности... у меня семья, у меня две внучки, у меня давно невестка хорошая – и это самое ценное в моей жизни. И, я считаю, это должно быть в приоритете у каждой женщины».

Оксана.(1961 г.р.): «Что женские ценности в то время?.. Чтобы дома было чисто, чтобы еда всегда была на столе, чтоб дети были одеты, накормлены, обуты. В моем понимании, главное предназначение женщины – это все-таки мать».

Таким образом, мы видим, что жители Красноярска даже в 21 веке сохраняют тесную связь с не городскими формами деятельности и сохраняют ментальность не отличимую от жителей села. Объясняется это длительным сохранением традиционных форм хозяйства и семьи, как наилучшей системы самообеспечения в условиях недостаточно развитой инфраструктуры и низких доходов населения, сохранявшихся длительный период. Другим фактором можно назвать приток и укоренение значительного количества мигрантов из села – процесс, который не закончился в Красноярске и сегодня.

Список литературы:

1.Социология: Энциклопедия. Городской образ жизни / электронный ресурс dic.academic.ru

2.Интервью с Анной Ш. (1939 г.р.), записано автором 19.03.2016 в 15 ч.
3.Интервью с Антониной З.(1945 г.р.), записано автором 20.03.2016 в 11 ч.
4.Интервью с Людмилой С.(1940 г.р.), записано автором 18.03.2016 в 18 ч.
5.Интервью с Оксаной С.(1961 г.р.), записано автором 21.03.2016 в 19 ч.

ПОРТРЕТ КОРЕННОГО НОРИЛЬЧАНИНА (НА МАТЕРИАЛАХ ИНТЕРВЬЮ ЖИТЕЛЕЙ Г. НОРИЛЬСКА 1970-Х ГГ. РОЖДЕНИЯ)

Милинчук В.А.
Научный руководитель: к.и.н., доцент Гонина Н.В.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Норильск – особенный город. Его главные черты, отличающие от других городов это то, что «*Норильск - город промышленный…*» (респондент С.). Это самый северный город с развитой промышленностью и инфраструктурой, свою историю он начал с лагерей и строек ГУЛАГа, продолжил комсомольскими стройками и окончательно сформировался как промышленный район с градообразующим предприятием Норильский горно-металлургический комбинат имени А. П. Завенягина, названным так по имени его первого директора.

Понятие коренной норильчанин можно с уверенностью применять к поколению 1970-х гг. рождения. Это время когда Норильск стал достаточно благоустроен, чтобы здесь люди смогли жить постоянно. К этому времени уже были расселены барачные поселки, которые были построены для временного проживания людей. Появилось регулярное медицинское обслуживание, а также в этих годах появился новый родильный дом.

Поколение 1970-х гг. это горожане в первом и втором поколении. Их родители уже имели среднее специальное образование, например, моя бабушка заканчивала педучилище в Игарке, чтобы потом работать в детском саду, которых в Норильске уже было несколько. Мой дед приехал после армии в качестве квалифицированного водителя, для работы на предприятиях и рудниках, которые в то время были уникальны по методам и месту производства.

К этому времени в Норильске сложились максимально благоприятные социальные условия для коренных норильчан, а в производственном секторе оформилась преемственность поколений. На предприятиях требовались квалифицированные кадры минимум со средне-специальным образованием, которое можно было получить в Норильске.

Образование было высшей ценностью для всех советских поколений, но рожденные в 1940 – 1950-х гг. не имели финансовых возможностей для длительного обучения. Яркой отличительной чертой поколения 1970-х гг. является получение высшего образования или, по крайней мере, стремление к нему. Так, например, респондент С.(1974 г.р.) сказала: «Работая в Управлении социальной политики у меня было только средне-специальное образование и чтобы повысить свою квалификацию я поступила в вуз и успешно его закончила».

В индустриальных моногородах правилом становилось гендерное разделение труда: мужчины, как правило, работники заводов и шахт, женщины – труженицы системы обеспечения. В 1950 – 1970-х гг. женщины преимущественно работали на производстве. В поколении 1970-х, получая профессию и выходя на рынок труда, мужчины в большинстве сохраняют верность заводу, а вот женщины, в основном, выбирали «чистый», интеллектуальный труд – учителя, работники культуры, деятели искусства.

Мои бабушки и дедушки образовали семьи в конце шестидесятых годах, и в это время было еще не просто создавать хорошие условия жизни для появившихся коренных норильчан. Им приходилось тяжело трудиться, зарабатывая северные зарплаты и добросовестно тратя их на продукты с «северными ценами», изыскивать уже современную одежду для своих детей. Поколению 1970-х было уже проще, материальный базис был получен при совместной жизни с родителями, им надо было его просто развивать. Поэтому появилась возможность путешествовать, отдыхать на курортах, покупать дорогие вещи, создавать накопления.

Особенностью маленького и изолированного заполярного города был высокий уровень развития культуры, заложенный еще его первыми жителями (первый театр в городе Норильске был образован из интеллигенции Норильлага). О Норильской сцене того времени ходили легенды, здесь играли Георгий Жжёнов, Иннокентий Смоктуновский. Заданная планка невероятно высока! И сегодня заполярная труппа по-прежнему известна во всей России, норильские артисты не только достойно хранят традиции, но и делают театр еще ярче. Коренные норильчане имеют развитый вкус к музыке, театру, живописи. Так респондент С. говорит: «Работая в Управлении соц. политики я с удовольствием участвовала в различных «капустниках», «музыкальных планерках» и других

культурных мероприятиях. Респондент А.(1971 г.р.), металлург, отметил: «В свободное от работы время очень любили посещать театр».

Итак, Норильск 1970-х гг. благоустроен, комфортен, содержит все необходимое для человека, уровень зарплат один из самых высоких в стране. И, тем не менее, коренные норильчане стремятся уехать «на материк», (так как для норильчанина изолированность полуострова сделала его островом). Почему так происходит? Может они не любят свой город? Респондент А. заметил: «…самое любимое место в городе, наверное, дом… Конечно, город очень комфортный. Норильск был одним из самых светлых городов, что я видел в своей жизни, потому что в полярную ночь фонари, неоновые витрины там горят всегда. И всегда хватало освещения от этих витрин». Они, конечно, его любят, ведь он воспитал их, там образовались семьи, родились дети, он всегда будет для них Родиной.

Норильск, утверждают норильчане, – особенный город. Он притягивает и восхищает. Уникальное расположение, климат и окружающая среда делают его по-настоящему интересным, хотя и не досягаемым. Но все-таки главное в Норильске – его жители. Норильчане. Каждый день они делают свой холодный заполярный город чуточку теплее и уютнее.

И, тем не менее, свою жизнь на пенсии и дальнейшую жизнь своих детей норильчане стремятся перенести в «теплые и зеленые» города, предпочитая мегаполисы – Красноярск, Сочи. Большой город с его многолюдностью, палитрой возможностей, полифонией связей притягателен для людей индустриального общества всегда. И они готовы приносить жертвы ради этого. Вторым магнитом является природа – солнце, зелень, тепло, возможность иметь дачу… Сколько не говорят северяне о красоте Заполярья, но жить предпочитают на юге…

Список литературы:

1.Интервью с М.А. 1971 г.р., записано автором 20.03.2016 в 18 ч.
2.Интервью с М.С. 1974 г.р., записано автором 19.03.2016 в 14 ч.

ВЛИЯНИЕ РЕФОРМ ПЕТРА I НА БЫТ СИБИРСКИХ КРЕСТЬЯН

Селезнев И.П.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Гонина Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Из учебного курса истории России XVIII в. мы знаем, что реформы Петра I значительно изменили быт и облик русского населения. Однако более детальное изучение материала показывает, что изменения коснулись преимущественно столичной жизни, а также людей находящихся на государственной службе – чиновников и военных. Для простого народа сохраняется традиционный образ жизни, изменения в котором происходят чрезвычайно медленно, что было обусловлено религиозным мировоззрением (все европейское - католическое воспринималось как антихристианское, чуждое, чреватое потерей спасения души) и неразвитостью товарно-денежных отношений. Все нововведения Петра I стоили денег, в то время как русский крестьянин жил натуральным хозяйством и даже в XVIII в. мог обходиться без них. И чем дальше от центра и основных транспортных магистралей было расположено поселение, тем более традиционным был образ жизни его жителей. Рассмотрим в качестве обоснования вышеприведенных тезисов описание сибирского крестьянского хозяйства XVIII – XIX вв.

Повседневный образ жизни русского населения Сибири сохранял в основе своей образцы великорусской культуры. Ведущим стал северно-русский тип, так как переселялись главным образом из Поморья. Определенный вклад вносили и переселенцы из западных губерний – Малороссии (Украины) и Белоруссии, число которых увеличивалось с развитием транспортных путей и экономических отношений. Заметно повлияли на культуру взаимодействие с коренным населением, смешанные браки. Без сотрудничества и заимствований приспособиться к жизни в суровых сибирских условиях крестьянину Европейской части России было крайне тяжело.

Русские крестьяне ставили избы на высоких подклетах для защиты от холода по примеру Поморья. Жилой дом с хозяйственными постройками окружали высоким забором – от диких зверей и лихих людей, которых, благодаря ссылке, было не мало. В разработке целинной земли, строительстве мукомолен и солеварен, уборке урожая и в других занятиях несколько дворов объединяли свои усилия. Только община, совместный труд, позволяли обеспечивать достаточный для выживания уровень производства. Большую роль играли промыслы – пушной и рыбный. Первый давал заработок, второй – питание.

Материальный быт жителей Приенисейского края имел свою специфику. Холодный климат с одной стороны, торговые отношения с Китаем и наличие дешевой пушнины благодаря промыслу, с другой, позволяли одеваться более богато и разнообразно чем крестьяне Черноземья. Сибиряки

носили меховую одежду, кожаную обувь, шапки и рукавицы, хлопчатобумажные и шелковые рубахи, платки, сарафаны. Больше ели рыбы, чем дичи, меньше пользовались глиняной посудой.

Интересные факты бытового уклада дает первое русское кладбище в Красноярске. Оказывается, первые жители острога были не выше 165 см. Дети умирали в 3 раза чаще взрослых. анализ костных останков позволяет заключить, что цинга и сифилис были очень частыми гостями. Деформированные при жизни скелеты свидетельствуют о значительных физических нагрузках.

Грамотность в крае была несколько выше общероссийского уровня. Первая школа в Восточной Сибири была открыта в 1725 г. в Иркутске. После издания сенатского указа 1732 г. были открыты гарнизонные школы в Томске, Красноярске, Енисейске, Якутске. Как пишет Б.Е. Андюсев, грамотность, как и зажиточность, очень почитались среди сибирских крестьян. Часто грамотные люди обучали детей на дому. На енисейском рынке пользовались спросом бумага, богослужебные и учительные книги. Читалась как привозная, так и местная сибирская литература[1].

Досуг, в то время достаточно редкий, сибиряки проводили очень разнообразно. Очень популярны были потешные действия народных певцов и актеров-скоморохов. По выражению церковников, по вечерам устраивались бесовские игры, во время которых рядились в хари (маски), пели песни, плясали и в ладони били.

Увлекались шахматами, лыжным катанием с гор, шаром и мечом, бабками и городками, шахардою и свайкою, борьбой и конными скачками. Зимой, особенно в святочные праздники и на масленицу, любимым развлечением было катание на коровьих шкурах или на деревянных катках со специальных ледяных горок и просто с крутых берегов рек.

Из богатейшей кладовой природы использовали каменный уголь, слюду, графит, железные руды. В лечебных целях широко применяли волчью траву, зверобой, сосновую хвою, черемшу, девясильник, березовые почки, малину, шиповник, белену, лиственную губу.

Из петровских нововведений можно отметить только некоторое распространение табака – его стали выращивать для продажи солдатам, и часть населения пристрастилась к вредной привычке. Впрочем, курение мха, коры и смеси грибов было популярно у коренных народов Сибири как элемент ритуальной деятельности, также был известен и собственно табак, который привозили из Китая. Это частично заимствовалось русским населением, поэтому сама по себе вредная привычка не была новостью. Хотя внимательное прочтение документов позволяет утверждать по косвенным признакам, что курение табака было распространено преимущественно среди военных, торговых людей и промысловиков. Православные крестьяне и особенно многочисленные в Сибири старообрядцы считали его «бесовским зельем» и не использовали.

Таким образом, можно заключить, что петровские реформы отразились на быте сибирского крестьянства крайне мало и нашли выражение преимущественно в сфере грамотности и некоторых фрагментарных изменениях быта индивидуального характера.

Список литературы:

1.http://irkipedia.ru/content/kultura_i_byt_v_xviii_veke_irkutsk_v_panorame_vekov_2004;

2.http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s010/s010-004.pdf;

3.http://andjusev.narod.ru/b/s.htm

4.http://zaimka.ru/shapovalov-tobacco

5.Быконя Г.Ф. Заселение русскими Приенисейского края в XVIII в./Г.Ф. Быконя. – Новосибирск: Наука, 1981.

6.Город у Красного Яра./Документы и материалы по истории Красноярска первой половины XIX в. – Красноярск, 1986.

7.Русское население Хакасско-Минусинского края и его хозяйственная деятельность.// Этнические группы хакасов в XVIII-начале XIX вв.// История Хакасии с древнейших времен до 1917 г. (в соавторстве В.Г. Карцовым) – М.: Наука, 1993

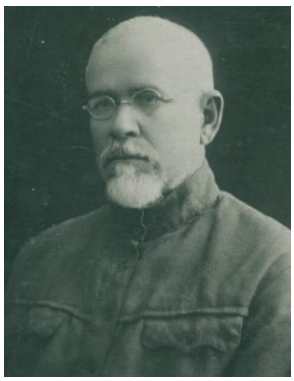
РОДОНАЧАЛЬНИК ЛЕСНОЙ НАУКИ СИБИРИ

Коновалова Д.

Научный руководитель – д.и.н., профессор С.А. Рафикова

Сибирский государственный технологический университет, Красноярск , Россия

Николай Александрович Тихомиров по праву считается родоначальником лесной науки в Сибири и одним из первых профессоров в г. Красноярске. Его жизненный и профессиональный путь мы попытались восстановить, опираясь, прежде всего, на документы из его личного дела (объемом 151 лист), хранящегося в архиве СибГТУ. Также использованы документы личного происхождения, фотографии из фондов музеев.



Николай Александрович Тихомиров
(1872-1935)

Николай Александрович родился 14 января 1872 г. в Великоустюжском уезде Северодвинской (Вологодской) губернии, в семье пономаря, т.е. церковного служителя, который звонил в колокола и пел на клиросе. В 1895 г. он окончил Санкт-Петербургскую духовную академию, получив степень кандидата-магистранта. Но церковная карьера его не привлекала, поэтому в 1899 г. он окончил Санкт-Петербургский лесной институт со званием ученого лесовода 1 разряда. До революции он дослужился до чина коллежского советника (6-й из 14 чинов по Табели о рангах).

После окончания института по 1906 г. он преподавал лесоводство, лесную технологию, таксацию и лесоустройство, а так же ботанику, энтомологию и пчеловодство в Лихвинской лесной школе. Кроме преподавательской деятельности Николай Александрович также заведовал торговым лесным питомником площадью 4 десятины и учебной пасекой. В этот период он ставил опыты по выращиванию березы и семенной осины, занимался сбором данных для выработки норм лесокультурных работ.

В 1905 г. в России началась первая буржуазно-демократическая революция: пылали помещичьи усадьбы, крестьяне отказывались платить налоги, бастовали рабочие, протестовали студенты. По признанию самого Тихомирова, истинным революционером он не был, но и “по ту сторону баррикад никогда не был, и быть не мог, ни по своему хотению, ни по воспитанию”. В те революционные дни 1905 г. будучи преподавателем лесной школы, за «неблагонадежные» выступления был выслан из Калужской губернии. С 1 сентября 1906 г. по июнь 1907 г. он был лесничим в Тульской и Рязанской губерниях, где заведовал девятью питомниками в верховьях Дона и Оки и семенным складом. Затем был «выслан» еще дальше – в Западную Сибирь, где с июня 1907 г. по апрель 1921 г. заведовал Курганской лесной школой в Тобольской губернии, также являясь Курганским лесничим.

4 февраля 1918 г. в Омске было объявлено об открытии Сибирской Сельскохозяйственной Академии, а с 15 мая 1921 г. Тихомиров становится здесь профессором и зав. кафедрой частного лесоводства. Он составил подробную программу курса, а позднее написан полный курс «Частного лесоводства» объемом свыше 250 печатных страниц. При его непосредственном участии вблизи главного здания вуза был построен древесный питомник, общей площадью 850 кв.м., заложен ягодный и фруктовый сад. Николай Александрович был заместителем председателя предметной комиссии, руководил студенческими практиками, часто бывал в экспедициях и командировках. Невзирая на столь напряженную служебную работу, он находил время для общественной деятельности: являлся инициатором, организатором и первым председателем лесного кружка при факультете; писал популярные очерки для Дня леса, участвовал в устройстве парка при институте и т.п. 17 августа 1928 г. Николай Александрович был избран деканом Лесного факультета, но по собственному желанию отказался от этой должности 9 ноября 1929 г.

12 июня 1930 г. в связи с разделением Сибирского института сельского хозяйства и лесоводства на четыре самостоятельных института, Тихомиров был назначен временно исполняющим обязанности директора Института лесного хозяйства, который был переведен из Омска в Красноярск, а после назначения директором Николая Фёдоровича Носова, становится его помощником и заведующим планово-методическим сектором.

В Красноярске Тихомирову нравилось, он с радостью и неким азартом подходил ко всему новому. И переезд его только сильнее вдохновил, ведь в Красноярском крае было много свободного места для посадки и разведения растений. Николай Александрович не сидел на месте и всегда где то бывал. Будь это деловая командировка по составлению какого-либо учебного плана или разведка новых территорий для посадки. Так же он часто ездил со своими студентами на практику в леса

Красноярского края. Это был Человек величайшей скромности и поразительной трудоспособности, исследователь-опытник, непосредственный участник многих таежных экспедиций, наравне со всеми преодолевавший сотни км пути по непроходимой тайге, горам, васюганским болотам. Тихомиров дал классификацию типов сосновых лесов, изучал процесс их естественного возобновления.

В марте 1935 г. он перенес инсульт, врачи запретили вести занятия. Пришлось резко сократить нагрузки. С 15 июня 1935 г. он освобождается от заведования кабинетом и руководства самостоятельной дисциплиной «Лесное хозяйство», переводится на почасовую оплату (из расчета нормальной профессорской ставки 405 р. в месяц за 240 часов лекции в год). По ходатайству института, он получил академическую персональную пенсию (300 р.). Однако в том же 1935 г., 5 ноября, Николай Александрович ушел из жизни.

Но память о профессоре Тихомирове жива. Его почитают как большого ученого-лесовода и как человека. В библиотеке нашего вуза имеются его труды, сохраняющие свою актуальность и поныне. Его сын Борис Николаевич Тихомиров продолжит дело и научную славу своего отца. Он также будет преподавать в нашем вузе и станет одним из крупнейших лесоводов Сибири, а свою докторскую диссертацию посвятит качеству древесины лиственницы.

ЖИЗНЬ КРЕСТЬЯН В ЕНИСЕЙСКОЙ ГУБЕРНИИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ РАЗНЫХ АВТОРОВ

Тихонова В.Ю., Патрина В.Д.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Гайдин С.Т

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Мы каждый день решаем свои текущие проблемы, связанные с удовлетворением наших базовых потребностей в еде, жилье, его обустройстве, общении с родными, близкими и друзьями. В связи с этим мы заинтересовались тем, как представляли и как решали эти проблемы наши предки.

Для этого мы взяли несколько книг и в, частности, работу первого губернатора Енисейской губернии А.П. Степанова, изданную в 1835 г., книгу врача Енисейского округа М.Ф Кривошапкина «Енисейский округ и ее жизнь», изданную в 1865 г., и получившую золотую медаль Российского Императора географического общества. Очень интересной с точки зрения избранной нами проблемы оказалась книга Н.В. Латкина «Енисейская губерния», изданная в 1892 г., и книга В.А. Ватина «Село Минусинское», 1914 г. издания. Эти книги, выпущенные в разное время, описывают развитие губернии и жизнь ее населения.

Свое исследование мы начали с прочтения книги губернатора Александра Петровича Степанова, который возглавил созданную в 1822 г. Енисейскую губернию. По границам она совпадает с нашим Красноярским краем. Для нас книга оказалась интересной тем, что она дает возможность посмотреть на жизнь населения тех времен глазами самого автора.

В тогдашней губернии, как и сегодня, разные люди жили по-разному. А.П. Степанов писал, что к богатым среди енисейских крестьян относилось - 20%, к средним - 50%, к бедным - 30%. Соответственно, уровень жизни у них различался. По его утверждению в бедных семьях каждый день на столе были заправленные сметаной щи, ячменная каша с молоком, четыре раза в неделю готовили рыбу и в воскресенье обязательно пекли белый хлеб. Крестьяне со средним доходом каждый день на столе имели щи с мясом, овсяную кашу с молоком, несколько раз в неделю они готовили либо рыбное, либо мясное блюдо, а в праздничные дни на стол ставили холодец, блинчики с рыбой и вафли. Зажиточные крестьяне потребляли то же, что и средние, но в большем количестве, у них на столе зачастую выставлялось четыре блюда и каждый день хозяйки готовили мягкие пирожки с рыбой.

Если сравнивать питание сибирского крестьянина и крепостного крестьянина из европейской части России, то сибиряков можно назвать счастливыми людьми! Вопрос лишь в том, какой ценой доставалось это благополучие сибирякам? Из повествований А.П. Степанова нам показалось, что сибиряков, в отличие от крестьян европейской части страны, можно считать свободными людьми. Здесь не было никаких ограничений на землю, крестьяне сами решали, где и сколько земли им взять для собственных нужд. Они хорошо приспособились к природно-климатическим условиям региона и старались селиться там, где зимой выпадало много снега. Сибирские крестьяне предпочитали выращивать не яровую пшеницу, а озимую рожь. Посев пшеницы обходился для них дорого, так как для вспашки сырой весенней земли в соху надо было запрягать двух лошадей, которых перед этим долгое время нужно было кормить овсом. В то время как под озимую рожь пахали в сентябре, используя одну лошадь, которая находилась на подножном корму. Для получения урожая пшеницы нужны были летние дожди, а озимая рожь хорошо росла, напитываясь влагой от тающего снега.

Пшеница могла зарастать сорняками, а рожь сама вытесняла сорняки. В результате рожь давала урожай почти ежегодно, тогда как пшеница - раз в несколько лет. Помимо ржи и пшеницы, крестьяне выращивали овес, гречиху, горчицу, овощи. Скорее всего, их огород был вполне похож на наш современный, но там не было помидоров, перцев, баклажанов. Не очень уважали сибиряки картошку, так как возникала проблема ее хранения зимой. Но зато повсеместно в губернии выращивали небольшие по размеру и очень сладкие арбузы.

Что касается животноводства, то сибиряки старались, чтобы скот плодился весной, ко времени появления свежей травы. Молодняк отдавали пастухам, и он рос, как правило, без хозяйского пригляда. Современным языком можно было бы сказать, что в губернии сложилась малобюджетная модель домашнего скотоводства. Среднестатистическая семья по данным губернатора держала 12 коров ,12 лошадей и 22 овцы. Поскольку свиней содержать было дорого из-за ежедневного кормления, их в Енисейской губернии разводили крайне редко.

А.П. Степанов неоднократно писал о том, что сибирские крестьяне плохие землепашцы и ленивые работники. Дело скорее всего не в лени, а в том, что они жили в совершенно другой среде, чем крестьяне европейской части страны. Несмотря на суровый климат, они не ограничивали себя в земле, им не надо было работать на помещика, как могли, они приспосабливались к особенностям сибирской природы, и ассортимент блюд на их столе говорит о том, что они вполне достойно обеспечивали свои потребности в еде.

Кроме того, что давало крестьянам их хозяйство, они использовали много того, что давала людям дикая природа. На их столе было мясо диких животных и птиц, рыба, черемша, грибы, кедровые орехи и разные ягоды, которыми богата наша сибирская тайга. Причем тогдашние крестьяне не очень хотели охотиться на рябчиков, тетеревов, ловить ельцов, карасей и даже щук. Природное изобилие давало им возможность добывать глухарей, маралов, лосей, диких коз, ловить осетров и стерлядей, и другие породы ценных рыб.

Для нас было любопытно, как выглядели крестьяне почти двести лет назад. Губернатор Степанов А.П. в своей книге описывал мужчин следующим образом: они обычно роста выше среднего, плотного телосложения, с короткой бородкой, которую регулярно подравнивали ножницами. Большинство женщин были высокими и худощавыми, с круглым лицом и красными щеками. Автор книги сдержанно оценил густоту их волос. Он утверждал, что большинство тогдашнего населения при разговоре по-рязански «окало». Сегодня уже окающих красноярцев почти не встретишь.

А.П. Степанов пишет, что крестьяне были очень дружелюбны в отношениях друг с другом. Мужчины приветствовали друг друга при встрече фразой: «Здоров ли ты часом, братан?» Женщины спрашивали друг друга о здоровье и о делах.

Мы также попытались разобраться в том, как выглядело их жилье. Дома строились на высоких фундаментах из долговечной лиственницы. Дом был разделен сквозным коридором на две части: в хозяйственной половине готовили еду, корм скоту, хранили одежду, занимались хозяйственными делами, а в парадной части стояли скамейки, кровати. Это было место проведения досуга и отдыха семьи. Сейчас таких домов в наших местах практически нет. Зато, как говорят специалисты, их до сих пор строят на северном Урале. Во дворе за домом обычно строилось что-то типа хозяйственной вышки, для этого в землю вкапывали четыре высоких столба, на которых монтировали три площадки, расположенные друг над другом. На первой хранили сено, на второй-хозяйственную утварь, а третья площадка, по сути дела, была беседкой для женской части семьи. Такое «возвышенное» положение женщины позволяло им при выполнении хозяйственных работ, на пример, вязания, одновременно присматривать за хозяйством и детьми. Мы сначала не поняли, зачем для работы было забираться так высоко, но, как оказалось, в те времена было так много комаров, что спасаться от них приходилось высоко над землей, где людей обдувало спасительным ветерком.

Естественно, что жизнь крестьян в разных климатических зонах несколько отличалась друг от друга. Через тридцать лет после издания книги первого сибирского губернатора М.Ф.Кривошапкин подробно рассказал о жизни жителей Енисейска и прилегающих к нему северных территориях. Он писал, что в этих местах была проблема нехватки хлеба, так как севернее Ангары зерновые давали урожай всего лишь раз в несколько лет. Поэтому основным продуктом питания для большинства жителей Енисейского округа была рыба. Ее ловили сетями, удочками, травили ядовитыми веществами. Но рыбу ценных пород енисейцы, как правило, покупали у купцов-рыботорговцев, которые завозили ее в соленом виде за сотни верст из северного Туруханского края. У жителей Енисейского округа сложились своеобразные предпочтения в потреблении завозной рыбы. Когда ее доставляли против течения Енисея, она портилась и была сильно «с душком». И не все заезжие могли

вынести присутствие при трапезе енисейцев. Интересно, что енисейцы не оценили более качественную рыбу, так называемого шведского сухого засола, которая не имела привычного запаха. Что касается особенностей одежды енисейцев, то многие из них зимой носили большие шубы или дохи из оленьих шкур.

На примере села Минусинского мы видим, что на юге губернии крестьяне специализировались на выращивании яровой пшеницы и поставляли ее по Енисею жителям всей губернии. Ее везли на лодках, баржах и плотах. Но на поля пшеницы нередко нападали полчище саранчи, о существовании которой не знали в более северной части губернии. Иногда ее было так много, что, проникая в дом, она умудрялась пожирать даже комнатные цветы.

В Минусинском округе потребляли много мяса, так как климат лесостепной зоны этой местности позволял хакасам и русским держать большое количество домашнего скота. На столе крестьян часто были рыбные блюда, но судя по утверждению автора, ценных пород рыбы в начале двадцатого века в реках почти не осталось.

Если брать первые восемьдесят лет существования Енисейской губернии до столыпинского переселения, то образ жизни крестьян-старожилов мало менялся до тех пор, пока в губернию не начали массово прибывать переселенцы, из-за чего были введены ограничения на право пользования землей. Но, несомненно, в жизни сибиряков возникали те или иные новшества: постепенно менялись орудия труда, появлялись новые ткани, в середине XIX века некоторые крестьяне выписывали газеты и журналы. В городах в конце того же века уже работали типографии, библиотеки, показывали немое кино. Но крестьяне жили своей непростой жизнью и не исключено, что были довольны тем, что родились сибиряками.

Список литературы:

1. Степанов А.П. Енисейская губерния / А.П. Степанов, Красноярск, 1997- 224с.

2. Кривошапкин М.Ф. Енисейский округ и его жизнь / М.Ф. Кривошапкин, - С.-Петербург:1865. - 650 с.

3. Латкин Н.В. Енисейская губерния, ее прошлое и настоящее / Н.В. Латкин, Санкт-Петербург,1892. -467с.

4.Ватин В.А. Село Минусинское / В.А. Ватин, Минусинск: 1913. -179с.

«ОТ СЕССИИ ДО СЕССИИ…»

Овчинникова А.В., Шилоносова М.А., Рыбакова Ю.В., Надеевец О.О.

Научный руководитель: д.и.н; профессор Гайдин С.Т.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

«Давно известно, что от сессии до сессии живут студенты весело. А сессия два раза в год»- можно сказать, что это фраза относится к категории «Вечного». Все поколения студентов с удовольствием вспоминают свои студенческие годы, которые были связаны не только с учёбой, но и с отдыхом, развлечениями, когда ещё не было повседневных забот, которые нужно решать в рамках семьи.

Для себя мы попытались выяснить, как проходили студенческие годы студентов Красноярского ГАУ прошлых лет. Это идея возникла у нас, когда в наших руках оказалась подшивка статей много тиражной газеты университета «За сельскохозяйственные кадры» за период с 1965 по 1982 гг.

И таким образом, у нас появилась возможность найти ответ на интересующие нас вопросы.

Для начала мы хотели бы сказать, что свой первый набор студентов наш ВУЗ осуществил летом 1953 г. Тогда он ещё назывался – Красноярский государственный сельскохозяйственный институт. Как мы выяснили из газетных публикаций, большинство студентов сельскохозяйственного института, в первые десятилетия его работы были выходцами из сёл и деревень нашего Красноярского края. Это были молодые, энергичные ребята мечтавшие стать специалистами сельского хозяйства. В институте тогда работали три факультета: агрономический, зоотехнический, механизации сельского хозяйства.

Тогдашним студентам, приходилось заниматься не только в аудиториях, но и приобретать практические навыки работы на полях и фермах. Студенты работали на заготовке кормов, осенью во время уборочной убирать урожай. Они сильно уставали, но были молодыми и находили время для отдыха и веселья. В тех деревнях и селах, где они работали во время уборочной, всегда проводились культурно массовые мероприятия. Уж как минимум по вечерам показывали кино, а студенты сами нередко устраивали танцы.

В годы, когда в Красноярске велось строительство Коммунального моста через Енисей, студенты сельскохозяйственного института принимали участие в проведении строительных работ. По просьбе городской администрации институт выделял студентов на проведение бетонных работ, уборку и благоустройство территории.

Студенты успевали, и учиться и посвящать свое свободное время спорту, культуре и научной деятельности. Талантов всегда хватало. Сельские парни и девчата организовывали такую самодеятельность, что им даже завидовали другие вузы. Например, для Педагогического института, где были уже свои традиции и условия для работы, было большой удачей попасть на смотр-концерт студентов сельскохозяйственного института. Своими талантами покоряли Анатолий Ярошенко, Павел и Иван Золотухины и другие студенты. Многие пели в хоре, который занимал призовые места на различных конкурсах

Как нам показалось, студенты Красноярского государственного сельскохозяйственного института были большими театралами. Они посещали большинство театров Красноярска, и одним из самых любимым из них был театр музыкальной комедии. В то же время студенческий профком и институтский комитет комсомола занимались бесплатным распространением билетов, и на спектакли ходили целыми группами. Сегодня это иногда пытаются представить как за организованность, но судя по воспоминаниям тогдашних студентов у них по этому поводу никогда не было комплексов. Театральные премьеры для них были большим праздником, где девчата блистали своей красотой. Студентка одного из первых наборов Белла Сергеевна Флоренсова рассказывала, что у кого-то из девчонок было очень красивое платье, за которым молодые девушки «стояли в очередь». Не смотря на то, что претендентки на наряд были разными по телосложению, они умудрялись подгонять это платье под себя и покорять своих поклонников. Очень часто происходило и такое, что студенты оставались после спектакля и с выходившими к ним на сцену актёрами они с огромным увлечением дискутировали, спорили и обсуждали постановку.

В 50-60 гг. студенты активно занимались спортом. В теплое время года они увлекались волейболом и другими спортивными играми. Зимой катались на лыжах в зелёной роще за Студгородком. Студенты вспоминали, что образцом подражания для них был тогда ещё молодой преподаватель Анатолий Ефимович Бережной, который по утром круглый год ходил купаться на Енисей, а потом до начала занятий бегал, а зимой на лыжах. Студенты как то не увлеклись моржеванием, но на лыжах катались с удовольствием.

Спортсмены из нашего ВУЗа занимались тогда разными видами спорта, выступали на межвузовских соревнованиях по городу и даже ездили на соревнования в другие города, где с честью представляли свой ВУЗ, привозя награды за призовые места. Например, команда штангистов на первенстве Крайсовета ДСО «Урожай» в г. Минусинске была награждена лентами чемпионов; на Шушенском первенстве Крайсовета ДСО «Урожай» спортсмены сельскохозяйственного института заняли второе командное место по легкоатлетическому кроссу.

Студенты считали, что общежитие - это их второй дом. Там проводилось множество различные мероприятия: новогодние вечера, концерты к 23 февраля, 8 марта и другие праздники. Выступления устраивали сами студенты, чтобы ещё больше разнообразить свою жизнь, сделать её ещё более увлекательной.

Всё это способствовало сближению друг с другом. Мы обратили внимание на то, что студенты начинали рано создавать семьи. Судя по газетным статьям, уже на первом курсе в группах появлялись первые семейные пары, мы попытались понять, чем объяснить такую ситуацию. Сегодня студенты зачастую получая дипломы, покидают университет, так и не вступив в брак. Скорее всего студенты 50-60 гг. и последующих лет будучи выходцами из деревень, по традициям того времени ценили семейные отношения. А в институте обычно шли навстречу молодым семьям, предоставляя им отдельные комнаты в общежитии. Большинство студентов тогда получали небольшие стипендии, и родители по возможности помогали им, привозя продукты. Молодые мужья могли, в случае необходимости, заработать на разгрузке вагонов, уборке снега и других видах временных работ. Образование семей учёбе не мешало, а наоборот только помогало. К окончанию университета, большинство студентов уже имели семьи. При распределении, к месту работы мужа и жену отправляли вместе. К ней они преступали уже в виде сложившейся семьи, которая зачастую оставалась по месту распределения, и обзаводилась собственным хозяйством. Так как в те времена в деревне было много работы, и не хватало специалистов, то в большинстве случаев дети бывших выпускников нашего ВУЗа после окончания школы поступали в наше же учебное заведение и таким образом складывались семейные династии специалистов сельского хозяйства.

Итак, просмотрев подшивку статей газеты «За сельскохозяйственные кадры», прочтя историю университета на сайте КрасГАУ, мы пришли к общему мнению, что жизнь наших предшественников была очень разнообразной и весёлой. Они получали удовольствие от студенческой жизни и от того, как они проводили всё свое свободное время. Создание в коллективе уравновешенной и творческой обстановки, позволило резко повысить сплочённость и сдержанность с помощью, которой они добивались не малых высот и достижений.

Красноярский сельскохозяйственный институт, когда-то был самым маленьким среди других сельскохозяйственных вузов страны, но за 62 года он превратился в огромный аграрный университет, который готовит не только специалистов технологов сельского хозяйства, но и юристов, экономистов, менеджеров и др.

Список литературы

1. Газеты «За сельскохозяйственные кадры». 1965 -1982 гг.

Подсекция 13.3. Политология

РАСПАД УКРАИНЫ. СЦЕНАРИЙ РАЗВИТИЯ

Богданюк Д.А., Спирин Д.Л.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Шевченко В.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

То, что Украина стоит перед угрозой распада и существования, как единого суверенного государство сейчас уже для многих аналитиков становиться достаточно очевидным. Вопрос заключается лишь в том, как это будет происходить и что будет образовано на месте «незалежной» Украины. Исторически так сложилось, что в социокультурном и экономическом отношениях регионы страны являются слабо совместимыми. Этническая и территориальная двусоставность Украины имеют четкие географические границы, делящие территорию на преимущественно украинский запад, русский юг и восток. Поэтому строительство чисто украинского государства автоматически ведет к разделению страны. Как только придет осознание порочности создания этнически чистого украинского государства, так начнется массовый процесс выхода регионов из состава единой Украины. Процесс пошел…

Внутриусобные распри при социально-экономическом и политическом кризисе не способствуют проведению согласованной внутренней политики правящей элиты. Однобокая политическая ориентация на Запад, при полном игнорировании исторических связей и даже враждебность к восточному соседу (Россия), не способствует стабилизации положения в самой Украине. Европейский же союз испытывает огромные проблемы с миграционной экспансией мусульманского мира, а США заняты внутренними проблемами, связанные с президентской гонкой.

Когда же произойдет крах Украины? В условиях, когда кривая Украинской экономики неуклонно падает и государственный долг страны растет, только финансовая помощь США и ЕС и сдержанное поведение России по вопросам возврата долгов удерживают Украину «на плаву». В промышленности проблемы из-за политической и экономической не стабильности, производство либо «замораживают», либо закрывают вовсе. Совокупность тотальной безответственности криминальной по сути власти, разочарования населения неизбежно ведет к краху Украины. Такое положение не может долго продолжаться и закончиться либо окончательным выбором проамериканского пути развития на положении полуколонии, либо вечной стагнацией бедности и нищеты. Альтернатива восстановления всесторонних связей с Россией нынешними руководителями не рассматривается.

Положение усугубляется еще и крахом «антитеррористической» операции против «сепаратистов» юго-востока Украины. Пролитая кровь и большое количество гробов никогда не проститься сегодняшним руководителям Украины. Продолжающаяся война показала полную не боеспособность армии, а добровольные формирования украинских националистов проявили себя только как каратели и мародёры. Украинская армия сегодня расколота и дезорганизована, а министерство обороны фактически потеряло контроль над ней.

Невозможность Киева поддержать армию как единое целое, создает предпосылки для появления националистических батальонов под эгидой и на деньги украинских олигархов (Коламойцев и др.). Эти самостийные региональные воинские формирования, выступая под националистическими, бандеровскими лозунгами, сегодня являются одними из основных угроз экономической и политической стабильности и даже целостности Украины. Действующие в стране националистические формирования в любой момент могут сменять своих хозяев, оставаясь при этом

свободными в своих действиях, все больше превращаясь в преступные группировки, целью которых будет грабеж и насилие под заказ

Радикальные элементы в украинском обществе, выступающие под знаменами национализма и русофобии все больше приходят к мысли о невозможности сохранения единой «незалежной» Украины, ибо сами украинцы не едины. Западенцев (галичан) и малороссов (Центральная Украина) объединяет только принадлежность к своему народу. Но и у них разное веро,исповедование (православные и униаты), разная историческая судьба, язык и менталитет. Осознавая тщетность попыток военным путем покорить русскоязычный восток, они все больше будут уделять внимания и сосредотачивать свои усилия на территории центральной Украины, стремясь объединить Центр и Запад Украины под эгидой радикального национал-бандеровского правительства. Этот процесс будет невозможен без дальнейшего разжигания междоусобной гражданской войны.

Раздел Украины неизбежен и может проходить мирным путем, на основе конфедеративного устройства. Конфедерация позволила бы сохранить единое экономическое и гуманитарное пространство Украины. Однако этот путь не входит в планы ни украинских националистов, ни их покровителей в Европе и за океаном

Другой путь сохранения единства Украины, на наш взгляд, необходимо сделать, по крайней мере, две вещи; во-первых, предоставление равных прав русскоязычному населению и отказ от провозглашения так называемой титульной нации; во - вторых, создание экономического и военно - политического союза с Россией. Но на этот путь радикальные националисты никогда не пойдут. Остается дальнейшая конфронтация, перерастающая в настоящую войну как внутри Украины, так и с Россией. Результат вполне очевиден….

СИРИЙСКИЙ КРИЗИС И РОССИЯ

Старовойтова К.В.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Шевченко В.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Начавшийся в 2011 г., политический кризис в Сирии, известный под названием «Арабская весна» продолжается и по сегодняшний день. Противоборствующими сторонами выступили сторонники президента Башара Асада и сирийская оппозиция, требующая отстранение от власти президента и свержение однопартийной системы. Внутренний конфликт страны перетек в международный, став главной темой для обсуждения взглядов и интересов мировых правительств. Каковы же главные причины возникших проблем в арабском государстве? Точного ответа на этот вопрос нет. Мнения экспертов расходятся. Одни утверждают, что социальная и общественно - политическая жизнь народа могло вызвать недовольство и протесты. Страна с 1963 г. находится в режиме чрезвычайного положения; грубость должностных лиц; бесправие перед государственным аппаратом; всплеск городского населения в результате засухи, приток беженцев. Народу захотелось демократии, свободы. Другие же на главный план выдвигают религиозное противостояние. Подавляющее число мусульман - суннитов выдвигают оппозицию президенту - алавиту. Выделяют также внешнеэкономическую причину. Бытует мнение, что Сирия всего лишь марионетка в руках других игроков. Гражданская война в Сирии является большим бонусом для стран, конкурирующих между собой за газовый европейский рынок.

Некоторые страны начали активно участвовать в конфликте, оказывая свою поддержку одной из сторон. Свою помощь сирийской оппозиции в виде оружия, снаряжения, финансирования предоставили США, Великобритания, Катар, Турция, Франция. Противоположную сторону в конфликте приняли все страны БРИК - Россия, Индия, Китай, Иран и ряд латиноамериканских стран. РФ выступили против насильственной смены власти, и за мирное решение конфликта путем переговоров противоречащих сторон. Москва поставляет оружия, боеприпасы в Сирию на основании контрактов, заключенных с властями сирийской республики. Россия стала первым государством, предоставившим гуманитарную помощь Сирии. В страну были доставлены продукты питания и другие предметы первой необходимости. На данный момент общий объем гуманитарной помощи, полученной сирийской страной от России составляет 600 т. Кабардино-Балкария приняла около двух тысяч беженцев из Сирии.

Почему Россия помогает Сирии и поддерживает Башара Асада? Террористическая организация ИГИЛ, выступающая на стороне сирийской оппозиции является запрещенной в России. Это повод для того чтобы объединиться с сирийским правительством для борьбы с общим злом. Россия имеет личные интересы в Сирии. Сирия партнер нашей страны еще со времен СССР. В советское время у них установилась дипломатические и экономические связи. Ведущим

направлением двухсторонних экономических связей является нефтегазовое направление. С Сирией были подписаны контракты такими компаниями как «Татнефть», ЗАО «Союзнефтегаз», АОА «Стройтрансгаз» в 2005 г. Россия желает оставаться постоянным газовым поставщиком. Присутствие на сирийской территории других перспективных государств может лишить Москву газового экспорта. Существует мнение, что данная ситуация в Сирии благоприятствует США. Запад пытается вытеснить Россию и Китай из Средиземноморья. Именно в этом государстве у РФ находится единственная на Средиземном море база российского ВМФ.

Москва активно участвует в сирийском конфликте, отстаивая свое мнения и доказывая свою правоту. ООН вводило 4 проекта резолюции по Сирии, на каждые которые Россия и Китай налаживали вето. Русско-китайский запрет вызвал международную критику, ажиотаж, непонимание. Позже блокирующие страны предложили собственную резолюцию по Сирии, согласно которой осуждению принимаются и оппозиционная и правительственная сторона. Москва также указывает на «незаконные поставки» оружия вооруженным группировкам в Сирии. Проект вызвал сдержанную реакцию в СБ ООН и был назван слабым. С 30 сентября 2015 г. Россия начала Военную операцию в Сирии. Российские бомбардировщики начали наносить авиаудары по террористам. Помимо Воздушно-космических сил к операции подключили корабли Черноморского флота и Каспийской флотилии.

Отстаивая свое мнения по сирийскому конфликту, Россия испортила отношения с некоторыми странами. В сентябре 2015 г. Болгария объявила о запрете на использование воздушного пространства страны самолетами России с гуманитарным грузом для Сирии. Представитель болгарского МИДа отметил, что данное решение было принято из-за опасений болгарских властей относительно содержимого перевозимых грузов. После данного запрета Москва начала поставлять помощь через Иран. В ноябре 2015 г. на территории сирийского государства был сбит Турцией российский бомбардировщик СУ-24. По данным Анкары российский самолет нарушил воздушное пространство Турции и был атакован. Минобороны России подтвердила информацию о том, что Су-24 находился исключительно над территорией Сирийской Арабской республики. Возможно, Турция руководствовалась личными мотивами. Стоит, отметить, что северные районы Сирии у границы с Турцией контролируются различными террористическими группировками, в том числе «Исламским государством» (запрещенной в России).

Арабский кризис побудил очередную борьбу отстаивания своих интересов, взглядов, убеждения между США и Россией. США осудили Россию за поставку оружия и боеприпасов сирийским властям. Сказав, что это оружие используется по уничтожению мирного населения. После событий «Бойня в Хуле» госсекретарь США Хилари Клинтон призвала Москву отказаться от поставки вооружений сирийским властям, поддержать США в претворении в жизнь «плана по переходу политической власти». В ответ В.В. Путин заявил, что Россия никогда не поставляла в Сирию вооружения» которые могут быть использованы в гражданском конфликте. В марте 2013 г. в районе Алеппо было применено химическое оружие. Неизвестным оставалось то, кем оно было применено. Обе стороны конфликта отрицали свою причастность и обвиняли друг друга в химической атаке. Российское правительство высказалось в поддержку сирийской власти. По мнению российских экспертов, химическое оружие в окрестностях Алеппо применили именно повстанцы. США же принял противоположную точку зрения. Многочисленные противоречия российской политики с политикой Запада и ЕС по поводу сирийского конфликта спровоцировали введение новых санкций в отношении России. Под запрет попали юридические и физические лица, среди которых президент КИДЕ Кирсан Илюмжинов, банк «Русский финансовый альянс» и другие.

Главными вопросами остаются: Найдут ли компромисс сирийская оппозиция и правительства? Когда же закончится арабский кризис? Смогут ли прийти к общему мнению Россия и страны, критиковавшие действия России.

Список литературы:

1. http://geo-politica.info/truboprovodnye-intrigi-vokrug-sirii.html
2. http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/363483
3. http://izvestia.ru/news/526307
4. http://info-leaks.ru/archives/245
5. http://www.kommersant.ru/doc/2861241/
6. http://news-mail.by/2015/09/30/novosti-sirii-30-09-2015/
7. http://new-tfile.org/forum/viewtopic.php?t=604292
8. http://pronedra.ru/politics/2014/05/22/vetirovan-proekt-rezolusii-po-sirii/
9. https://russian.rt.com/inotv/2012-03-13/Pervuyu-gumanitarnuyu-pomoshh-Siriya-poluchila

10. http://russiancouncil.ru/blogs/rsuh/?id_4=1837
11. http://www.aif.ru/politics/world/bolgariya_zapretila_prolet_samoletov_rossii_s_pomoshchyu_dlya_sirii
12. http://www.apn-spb.ru/opinions/article8614.htm
13. http://www.murmansk.kp.ru/daily/25897/2856531/
14. https://www.ridus.ru/news/200830

ВОЙНА В СИРИИ

Аросланов Р.Р., Артюшин А.С.
Научный руководитель: д.и.н., профессор Шевченко В.Н.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Конфликт в Сирии: с чего всё началось? Война на Ближнем Востоке идёт до сих пор. Примерно в 2011 г. начался конфликт в Сирии. Причины разные для каждой из ныне действующих сторон. Но всё началось с антиправительственных протестов. Партия Баас правит в Сирии уже более 70 лет. Последние годы президентом выступает Башар Асад. Воодушевлённая «Арабской весной» в других странах оппозиция начинает радикально критиковать правительство и призывает своих сторонников выходить на улицу. Весной выступления резко обострились. Происходят ожесточённые столкновения протестующих с полицией и армией. Постоянно приходят сообщения о погибших. Ряд северных провинций практически не контролируется правительством. Башар Асад заявляет, что готов искать компромисс и распускает кабинет министров. Но было уже слишком поздно. Важную роль сыграли социальные сети. Через «Фейсбук» и «Твиттер» оппозиция координировала свои действия и призывала людей к акциям неповиновения. Уже к лету конфликт в Сирии набирает новые обороты. Противники власти создают вооружённые формирования, Запад их поддерживает и грозит Асаду санкциями в случае применения силы.

Причины конфликта. Ряд источников считают, что Арабская весна только инициировала протесты, перешедшие затем в гражданскую войну. Основной её причиной они считают такие хронические старые проблемы Сирии, как недовольство населения социально-политической системой и авторитарным правлением Асада, в частности, и доминировании представителей алавитов во властных и военных структурах — в целом, коррупция высших эшелонов власти, религиозные противоречия, курдская проблема и другие

Часть источников называют в качестве внешних факторов гражданской войны борьбу между разными поставщиками природного газа за трубопроводы для снабжения европейского рынка. Основным интересантом является Катар, который пытается наладить экспорт газа через Турцию или через Средиземное море. Другими участниками конфликта являются Иран, заинтересованный в стабильном экспорте своего газа и Россия, желающая сохранить статус основного поставщика и США, которые в целом поддерживают диверсификацию поставок в Европу.

Представитель Патриарха Московского при Патриархе Антиохийском архимандрит Александр (Елисов) высказал мнение, что причиной конфликта являлись внутренние проблемы Сирии, ставшие благоприятной почвой для разжигания конфликта извне: «Застой в политической жизни Сирии породил много негатива в обществе: коррупция, грубость должностных лиц, бесправие перед госаппаратом и так далее, что не могло не вызывать у среднего класса и малообеспеченных граждан недовольства. Полагаю, что именно это создало благоприятную почву для волнений. Однако огонь к фитилю был поднесен извне. Особую активность военные беспорядки приобрели после окончания активной фазы ливийской кампании»

Некоторые источники считают, что рост численности городского населения в результате засухи и переселения беженцев из Ирака увеличил напряжённость в городах и в немалой степени способствовал вооружённому конфликту

Хотя президент Башар Асад перешёл в суннизм, а принятая новая конституция Сирии закрепляет пост президента за мусульманином-суннитом, правящая элита в значительной части по-прежнему, как и во времена Хафеза Асада, принадлежит к малочисленной общине алавитов, в последние годы признанной Ираном шиитской, тогда как большинство населения Сирии является суннитами.

По данным корреспондентов The Wall Street Journal Нур Малас и Кэрол Ли администрация президента США Барака Обама на протяжении ряда лет проводила тайные переговоры с сотрудниками сирийского государственного аппарата с целью поиска среди них людей, готовых оказать помощь в совершении военного переворота отстранение от руководства страной действующего президента Башара Асада.

Сирия: история Сирия: история конфликта Столкновения принимают характер полномасштабных боевых действий. Повстанцы объединяются в Сирийскую свободную армию. Через несколько месяцев после начала протестов к оппозиции активно подключаются радикальные исламисты. В середине года террорист-смертник убивает несколько высокопоставленных деятелей правительственной армии.

Осенью бои практически не прекращаются. ЕС и США активно поддерживают повстанцев, передают им техническую и материальную помощь. Ряд союзников Запада вводят против Сирии санкции. Правительственным войскам удалось отбить ряд городов и обеспечить надёжную защиту Дамаска. Повстанцы заявляют о планах нападения на Аллепо - второй после столицы город по численности населения. Предпринимают несколько неудачных штурмов.

Международное присутствие Конфликт в Сирии начинает привлекать всё больше внешних игроков. Турция официально начинает оказывать поддержку оппозиции. Летом 2012 г., сразу же после заявления о вступлении в войну, правительственные войска сбивают турецкий самолёт и открывают огонь по другим целям. Позже артиллерия накрывает колонну турецких машин после пересечения ими границы. Ливия и Иран начинают поддерживать Асада. В Сирию прибывают вооруженные члены формирования «Хезболла» (можно перевести как «партия Аллаха»). Вместе с ними сирийская армия освобождает Аль-Кусейр. Зимой режим Асада начинает крупномасштабное наступление, которое приносит значительные успехи. На этом фоне в городах, подконтрольных правительству, происходят постоянные теракты. Войска оппозиции всё меньше подходят под их стереотип на Западе. К вооружённым формированиям присоединяются исламисты. «Аль-Каида» направляет значительный контингент в Сирию. Ячейки этой террористической организации устраивают тренировочные лагеря.

Обостряются отношения с Турцией. Происходит несколько вооруженных стычек. Турецкий парламент разрешает использовать вооружённые силы против Сирии, но война не начинается. Некоторые страны Персидского залива, которые являются союзниками США, оказывают регулярную помощь антиправительственным силам. Роль Курдистана Конфликт в Сирии насчитывает множество различных сил. Курдистан является серьёзным игроком, его часто называют «третьей стороной». Курды проживают на востоке Сирии, в Ираке и Турции. Их вооруженное ополчение носит название «Пешмерга». Эта организация создана для защиты территории, на которой проживают этнические курды. Лояльно относится к режиму Асада, активно противостоят «ИГИЛ»

Исламизация конфликта. К 2014 г. затяжная война набирает новые обороты. «Умеренная» оппозиция практически не играет никакой роли. Её по-прежнему активно поддерживает ЕС и США, однако в Сирии теперь понимается только язык оружия. Основные боевые действия ведутся радикальными исламистами. Организация «Джебхат ан-Нусра» контролирует значительную часть Сирии. Их часто называют террористами, в СМИ появляется информация, что через «оппозицию» из США исламистам поступает помощь. «ИГИЛ» - одна из самых жестоких и больших организаций, которая катализировала конфликт в Сирии. Причины успеха этой организации до сих пор вызывают споры между аналитиками. Мир узнал про ИГ (исламское государство) после того, как его боевики внезапно захватили крупный город Мосул. На подконтрольной территории исламисты создали своё государство. Местное население живёт строго по законам шариата. Например, мужчинам запрещено подстригать волосы. За нарушения правил полагаются различные жестокие наказания.

Одна из важных составляющих деятельности ИГ - пропаганда. Мировая общественность была поражена рядом видеозаписей, на которых боевики казнят пленных. Причём убийства происходят с изощрениями и снимаются профессионалами. ИГИЛ считается международной террористической организацией. Ряд стран НАТО и Россия наносят удары по территориям исламского государства.

Список литературы:

1.http://fb.ru/article/211295/konflikt-v-sirii-storonyi-s-chego-vs-nachalos
2.https://ru.wikipedia.org

РОССИЯ И НАТО: ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Лепехина В., Сомкина Т.
Научный руководитель: д.и.н., профессор Шевченко В.Н.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

«Создание Североатлантического альянса было вызвано стремлением США консолидировать усилия Запада по сдерживанию Советского Союза, международный авторитет и влияние которого резко возросли после Второй мировой войны». В целях предотвращения «коммунистической» угрозы, исходящей как будто бы от СССР, в1950-х гг. было принято решение о создании военной

организации НАТО. Страх перед возможной советской оккупацией заставил западные страны приступить к подготовке и проведению агитационно-пропагандистских и шпионско-подрывных действий. «Координируемые Организацией Североатлантического договора, они управлялись секретными европейскими службами в тесном сотрудничестве с Центральным разведывательным управлением США. Армии стран НАТО, имевшие на вооружении новейшее вооружение и огромные арсеналы, готовились противостоять возможной советской агрессии и оккупации, а также к возможному приходу там к власти коммунистических партий». «Военные базы НАТО стали размещаться в Бельгии, в Дании и Франции, в Германии, в Греции, и Италии, в Люксембурге, Нидерландах, в Норвегии, Португалии, в Испании и Турции, а также в нейтральных европейских странах: Австрии, Финляндии, Швеции и Швейцарии» [1]

«После распада СССР перед НАТО возникла проблема внешней адаптации к новым международным условиям и вопросы внутренней структурной перестройки. В 1991 г. появляются первые осторожные намеки на возможность расширения НАТО на восток. На Римской встрече на высшем уровне руководители Североатлантического союза обнародовали Декларацию о мире и сотрудничестве, в которой определены перспективные задачи и направления политики НАТО в сфере общей институциональной основы обеспечения безопасности Европы в будущем и в области развития партнерства и сотрудничества со странами Центральной и Восточной Европы. В ней подчеркивалось, что Североатлантический союз поддерживает меры стран Центральной и Восточной Европы по проведению реформ, предлагалась практическая помощь для преодоления трудного переходного периода, участие в соответствующих структурах Североатлантического союза, а также опыт и специальные знания Североатлантического союза в политической, военной, экономической и научной областях. Начиная с 1993г., расширение Североатлантического альянса на Восток образует одну из ведущих сюжетных линий в отношениях между Россией и Западом».

Современная политика альянса базируется на «Основополагающем акте Россия – НАТО» (1997 г.). «Она не содержит обязательств НАТО перед Россией о недопущении расширения НАТО на постсоветском пространстве. «Основополагающий Акт» оказался основой для нового этапа расширения НАТО, затронувшего постсоветское пространство. В 2004 г. в состав НАТО, кроме Болгарии, Румынии, Словакии, Словении, вошли и три бывшие советские республики – Латвия, Литва и Эстония. В итоге НАТО вышло непосредственно к границам России».

«Однако далеко не все страны из числа постсоветских республик стремятся к сотрудничеству с НАТО. Своеобразным блоком противостояния являются Белоруссия и Россия. Белоруссию очень сильно беспокоит военная активность НАТО возле границ республики. Ситуация в мире и в регионе развивается так, что вопросам безопасности приходится уделять повышенное внимание». «Возросла активность подготовки войск возле наших границ», — сказал министр оборона Белоруссии Ю. Жадобин. Он пояснил, что в последнее время в регионе ответственности Беларуси и России появились десять военных аэродромов, четыре порта, предназначенных для развертывания войск НАТО, на территории Польши в ближайшее время будет базироваться авиация США, а система противоракетной обороны развертывается вблизи границы страны. Жадобин также рассказал, что в связи с этим Беларусь заинтересована в расширении и укреплении военного сотрудничества с Россией».

Что касается России, то ее отношения с НАТО всегда были и остаются противоречивыми. Россия и НАТО некоторое время активно осуществляли сотрудничество, особенно в военных областях. «В 1996 г. после подписания Дэйтоновского мирного договора Россия отправила свои войска в Боснию и Герцеговину. В 1999 г. российские войска приняли участие в операции в Сербии. Однако Россия не разделяла мнение союзников по НАТО о возможном применении военной силы для окончания конфликта в Югославии. После начала воздушных ударов НАТО в Косово Россия временно приостановила консультации в рамках СПС. Официально не выходя из Основополагающего акта, Россия также прекратила участие в заседаниях в рамках Совета евроатлантического партнерства и выслала из Москвы двух представителей НАТО по вопросам информации. В 1997 г. был учрежден Совместный постоянный совет «Россия-НАТО» (после принятия Основополагающего акта о взаимных отношениях, сотрудничестве и безопасности между Российской Федерацией и Организацией североатлантического договора), который фактически превратил Россию в младшего партнера НАТО.[2]. Дальнейшее продвижение НАТО на Восток поставило Россию в угрожающее положение».

«В сложившейся ситуации, осенью 2011 г. Владимир Путин выдвинул идею Евразийского союза. Речь шла о создании на большей части пространства СНГ центра силы с интегрированной экономикой, единой системой обороны и безопасности и общим гуманитарным пространством, как

своеобразный противовес НАТО. На данный момент странами-участницами являются Россия, Казахстан, Белоруссия. В процессе присоединения Киргизия. При помощи данной интеграции возможно удастся сохранить некое единство среди стран СНГ, подкрепленное идеей о том, что когда-то они были единой страной, хотя структура ЕврАзЭс еще требует усиленной доработки и огромных усилий от стран-участниц по координации экономик, таможенных режимов и пр.» [3].

«Основной проблемами взаимоотношений НАТО и России является продолжающееся вмешательство НАТО в политику бывших советских республик, что является одним из факторов, повышающим напряженность в системе международной безопасности. Запад провоцирует межнациональные столкновения, внося раскол между странами СНГ, веками жившими вместе. НАТО активно вмешиваясь во внешнюю и внутреннюю политику стран СНГ (особенно Таджикистана, Узбекистана, Азербайджана, Грузии), зачастую решает свои тактические задачи, как, к примеру, создание транзитного транспортного коридора по территории Закавказья для обеспечения группировки НАТО в Афганистане или использования Грузии в качестве базы в регионе, примыкающем к Ирану».

Сложившиеся противоречивые взаимоотношения России и НАТО имеют, на наш взгляд, два пути альтернативного развития: либо напряженность сменится периодом поиска конструктивного взаимодействия, чего желает руководство России. Как справедливо отметил глава МИД России С. Лавров: «Особое значение мы придаем выстраиванию предсказуемых стабильных отношений с НАТО. От того, как диалог будет развиваться, во многом будет зависеть ситуация в сфере безопасности на евроатлантическом пространстве, и в значительной степени в глобальном плане» Либо противостояние стран России и НАТО, а в большей степени России и США, приведет к еще большей напряженности в регионе, хотя об открытой конфронтации пока речь не идет»[4].

Список литературы

1.Справочник НАТО - Office of Information and Press NATO. – 2001г. – 665 с.

2. http://www.nato.int/docu/other/ru/handbook2001.pdf)

3.Кириллов, В. Россия и НАТО: геостратегические реалии / В. Кириллов // Военная мысль. - 2007. - № 9. - С. 2-12.

4.СОВЕТ Россия - НАТО. - М., 2007. - 115 с. : ил. (http://www.nato.int/nrc-website/media/60018/nrc_consolidated_glossary_part_1_en-ru_.pdf).

5.Справочник НАТО - Office of Information and Press NATO. – 2001г. – С. 79 (http://www.nato.int/docu/other/ru/handbook2001.pdf).

К ВОПРОСУ О РАЗРЕШЕНИИ МИГРАЦИОННОГО КРИЗИСА В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ

Лосов А, Галкина Н.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Шевченко В.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Миграция как явление, ставшее массовым в наши дни, превратилась в один из факторов, серьезно влияющих на социальную – политическую и экономическую жизнь. Это касается как Европы, так и России. Особенно очевидно это становится, когда речь идет о социальных стандартах, их установлении и поддержании.

Известно, что уровень жизни в Европейском Союзе, где большая часть населения считают себя принадлежащим к среднему классу, является образцом для многих стран и регионов мира, особенно для развивающихся стран. А именно о эти страны являются питательной средой для массовой миграции. Население развивающиеся страны стремится любыми путями приобщиться к европейской цивилизации, и её завоеваниям. Целью мигрантов, захлестнувших в последние годы «старый свет», как правило, является возможность воспользоваться его материальными и социальными завоеваниями.

«Давление миграционных потоков на инфраструктуру и социальную ткань европейского сообщества относятся к числу наиболее острых проблем, с которыми сталкивается современная Европа. Необходимость сохранения социальной стабильности общества, в сочетании с проблемой формирования регулируемого рынков труда требуют сегодня выработки обоснованной стратегии в области миграционной политики и создания механизмов управления миграционными потоками. Начиная с 90-х годов прошлого века, иммиграция в развитые европейские страны стала выходить далеко за регулируемые пределы. В ряде случаев её масштабы существенно превзошли реальные возможности принимающих стран» [1]

«Проблема, однако, не исчерпывается ростом количественных показателей. Не менее важно и то, что в потоке новых иммигрантов существенно возросла доля выходцев из стран с

преимущественно мусульманским населением, носителями иного менталитета, системы ценностей и образом жизни. Это ставит во всей остроте вопрос об их социальной адаптации в странах, где они намерены обосноваться.

Практика показала, насколько трудна для иммигрантов такого типа даже поверхностная адаптация к новым условиям жизни. В отличие от своих предшественников, новые иммигранты все чаще вовсе не стремятся слиться с окружением, овладеть в достаточной степени языком страны пребывания, принять её обычаи, образ жизни, культуру, даже законы. Дополнительные нюансы приобрела проблема после открытия границ между Восточной и Западной Европой. События на Балканах, а также Ливийская и особенно Сирийская кампании, а также цепь конфликтов в Северной Африке и на Ближнем и Среднем Востоке. Эти регионы стали основным источником миграции, по большей части нелегальной. Причины коренятся, прежде всего, в том, что это и так бедные регионы разоренные военными конфликтами. Спрос Запада на дешевый труд, порождает нелегальную миграцию. Существующая несовершенная законодательная база в миграционной политике в европейских странах в условиях коррупционности государственной системы управления, усугубляют эту проблему». [2]

«Объективно миграция несет в себе возможности дополнительного насыщения рынка труда рабочей силой, содержит потенциал решения демографических проблем, что для Европы остается злободневным. Не случайно даже в официальных документах ЕС нашло отражение мнение, что при решении демографических проблем ставка должна делаться на внешнюю миграцию. Наряду с положительными последствиями, этот процесс содержит и опасные тенденции. Они связаны с трудностями управления и регулирования иммиграционными потоками, нарушением визовых режимов, наконец, обострением криминальных моментов (нелегальная иммиграция, торговля людьми, теневая экономика, коррупция и пр.)».

Помимо юридических и экономических аспектов во всей сложности проявилось влияние мигрантов на социальную жизнь стран приема. Налицо обострение отношений с коренным населением, антирелигиозные конфликты, нарушение баланса социально-трудовых отношений на рынке труда и в местах массового проживания мигрантов. Все чаще говорят о столкновении цивилизаций. Становится очевидны, что решение проблемы лежит в русле глобальной и международной политики, соединения усилий всех европейских стран и создания общей миграционной политики, учитывающей интересы, как стран – источников миграции, так и принимающих государств. Такая политика должна быть закреплена в международных документах и национальных законодательствах, где получили бы отражение согласованные юридические нормы и правила приема и обустройства иммигрантов. [3]

«Следует отметить, что значительная часть эмигрантов выражает намерение полноправно участвовать в жизни принимающих их стран, получить доступ к участию в выборах на всех уровнях, вносить свой вклад в социально-экономическое развитие. В противовес группам, которые порождают конфликты, демонстративно дистанцируясь от правил и уклада жизни принимающих государств, настаивая на религиозной обособленности и праве пользоваться лишь плодами благосостояния, они выдвигают лозунги законопослушания, уважения к принимающим странам, сближения с коренным населением. Именно с таких позиций выступают Федерация мусульман Европы и некоторые национальные общины. Эти идеи сформулированы в принятой в 2007 г. Хартии мусульман Европы. Со своей стороны Европейский Союз демонстрирует готовность к диалогу с такими силами «.[4]

Вопрос об адаптации мигрантов наталкивается нередко на позицию радикальных исламистов. Зачастую местное население правомерно видит в них реальную угрозу тому, что они имеют и справедливо считают своими социальными завоеваниями. Речь идет не только о культуре и несоблюдении норм и обычаев, но и о материальных затратах, потере дефицитных в настоящее время рабочих мест. Именно этим объясняется заметный сдвиг европейского электората вправо, завоевание националистическими силами новых позиций.

Представляется, что наиболее эффективным способом решения этой проблемы является, наряду с усилиями принимающих государств по социальной и профессиональной адаптации иммигрантов, организация регулирования миграции, формирования её потоков и управления ими.

«Для этого необходимо иметь четкое представление о том, кто и в каких количествах им нужен, а будущие мигранты – знать, что им смогут предложить и на каких условиях. Работа должна начинаться с мониторинга в странах предложения: учёт, квалификационный отбор, определение уровня знания языка принимающей страны, возможная профессиональная подготовка на месте. Затем анализ полученных результатов, сопоставление с данными заявок регионов, нуждающихся в

дополнительной рабочей силе, обработка данных и координация действий соответствующих иммиграционных служб на государственном или надгосударственном уровне (как в ЕС)».

Подводя итоги, необходимо отметить, что проблема массовой миграции не только вносит все новые нюансы в миграционную политику. Это в свою очередь требует достижения определенного баланса между потребностями экономики, приверженностью национальным традициям мигрантов и демократическим принципам организации общества, защитой интересов коренных граждан и обеспечением прав иммигрантов: социальных, культурных, экономических, политических. Причем, это в равной степени злободневно как для стран Европейского Союза, так и для России.

Список литературы*:*

1.Гольдин, Г.Г. Международная миграция: зарубежный опыт и Россия. Автореф. дисс.канд. полит. Наук. М., 1998.

2.Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat

3.Европейский союз http://www.mabico.ru/referats/007845-1.html

4.Европейский союз. История развития. http://ria.ru/spravka/20070325/62576736.html

ВОССОЕДИНЕНИЕ КРЫМА С РОССИЕЙ: ВЗГЛЯД С ЗАПАДА

Шокур М.А.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Присоединение Крыма к России вызвало преимущественно негативную международную реакцию. Страны Запада восприняли воссоединение Крыма с Россией однозначно негативно как агрессию, оккупацию и аннексию части украинской территории. Западное сообщество старается делать акцент на негативных сторонах этого исторического события.

Так, одно из ведущих изданий ФРГ – Die Welt иллюстрирует заранее сформированную однозначно негативную точку зрения следующим примерами. «Когда в ноябре 2015 г. украинские и крымско-татарские активисты взорвали линии электропередач, жители Крыма и многие предприятия на несколько дней остались без электричества. Владелец ялтинского зоопарка Олег Зубков потерял из-за этого двух своих тигрят, которые погибли из-за переохлаждения, вызванного недостатком отопления. Генеральная прокуратура возложила ответственность на него, и в итоге Зубков вынужден был закрыть зоопарк». «Меньше всего я виню в отключении электричества Украину. У властей было два года, чтобы подготовиться к этой ситуации, и они ничего не сделали», - заявил бизнесмен.

И, конечно, издание, с удовлетворением подчеркивает, что «Два года назад Зубков поддержал присоединение Крыма к России. Однако сегодня он считает, что Крым «вернулся не на Родину, а в плен». По его словам, власти Крыма коррумпированы и управляют полуостровом «криминальными методами». Экономическое развитие Крыма выглядит плачевно. Важнейший источник дохода жителей Крыма – туризм – после «аннексии» сильно сократился. Хуже всего в Крыму приходится тем, кто отверг «аннексию». Многие из них бежали, многие были задержаны или бесследно пропали. На независимые СМИ оказывается давление, в Крыму анонимно работают лишь немногие украинские журналисты, живущие «в постоянном страхе». [1.]

Аналогичные факты раскаяния крымчан, приводит и французское издание Le Figaro.» Жители полуострова предпочитают рассказывать о своих бедах напрямую президенту Путину, что делает Крым похожим на всю Россию», пишет Пьер Авриль.

В Симферополе, столице Крыма, как и во всей матушке-России, научились стоять в бесконечных пробках, которые становятся все более масштабными после «воссоединения», а также в очередях, чтобы поменять украинские номерные знаки автомобилей на российские. С 1 апреля все автомобилисты должны выполнить эту формальность, иначе штраф 800 рублей. Но все понимают, что будет очень трудно выполнить это распоряжение до 1 апреля. Автомобилисты надеются, что новые власти проявят снисходительность.

С приближением 1 апреля многие владельцы автомобилей с украинскими номерами торопятся вывезти их с российской территории, чтобы продать на Украине или поставить в гараж до следующей поездки. Для них это единственный законный повод пересечь границу и встретиться со своими родственниками - при условии, что у них есть украинские паспорта. После воссоединения железнодорожное сообщение между Украиной и Крымом прекратилось. Жители полуострова стойко переживают последствия воссоединения, в частности перебои с электричеством, нехватку воды, как результат репрессивных действий украинских властей.

Растет число просьб о помощи, адресованных непосредственно «Владимиру Владимировичу Путину». Вот, например, жалоба владельца небольшого отеля на берегу моря, потерявшего 90% украинских клиентов после воссоединения. «Я написал ему, как крик души. Президент - человек, которому больше всего доверяет народ, а не нашим руководителям, которые нас не слушают», - говорит Виктор. «Люди хотят, чтобы Путин приехал в Крым и преподал урок премьеру Аксенову. Они думают, что после этого все пойдет хорошо», - подтверждает Дарья Хоришко, главный редактор еженедельника «Аргументы недели», в который приходят письма с жалобами читателей. «Именно в этом проявляется то, что Крым вновь стал русским», - заключает корреспондент. [2.]

Обозреватель Bloomberg View Л. Бершидский пытается дать ответ на вопрос «как Россия заняла Крым «без единого выстрела». Он считает, что: «Украинское правительство сдалось без боя, потому что побоялось потерять всю страну».

«Путин не мог не знать, насколько слаба Украина, однако он не пожелал вторгнуться на остальную территорию страны и иметь дело с серьезными последствиями на мировом уровне, полагает журналист. Путин не хочет открытого контроля над той или иной соседней страной - только политического и экономического влияния». [3.]

Однако, постепенно формируются и альтернативные точки зрения. Один из примеров статья профессора филиала Джорджтаунского университета (Вашингтон) в The New York Times. «Американские лидеры неоднократно показали, что не собираются воевать с Россией, чтобы защитить Украину. В этом есть смысл, и дело не только в чудовищной опасности такого конфликта, но и в том, что Украина не относится к сфере ключевых интересов США, а американские войска очень заняты борьбой с реальными угрозами в других местах мира. Но, если США не собираются драться, разве не было бы разумнее попытаться сотрудничать с Россией? В Сирии у Соединенных Штатов и России совместимые цели. Путин четко дал понять, что его страна хочет сотрудничать. Пора Вашингтону дать должный ответ», - подытоживает Ливен. [4.]

Даже в консервативной британской газете The Guardian проскальзывают сомнения в верности прежней точки зрения на насильственный характер присоединения Крыма. Московский корреспондент Шон Уокер пишет» «Мало кто из тех, кто изначально поддержал аннексию [Крыма], хочет вернуть статус-кво, но большинство признает, что российская власть не стала той панацеей от бед республики, которой все ждали».

«Многие из тех жителей Крыма, кто придерживался проукраинских взглядов, после аннексии уехали, а большинство из тех, кто остался, предпочитают молчать, потому что пространства для инакомыслия стало меньше, - говорится в статье. - Проукраинского активиста Леонида Кузьмина в прошлом году судили за организацию небольшого митинга по случаю дня рождения украинского поэта Тараса Шевченко. После этого он лишился работы учителя истории и теперь трудится помощником зубного врача. После неоднократных угроз со стороны российских спецслужб от организации массовых мероприятий он отказался. Когда он в последний раз ездил в Киев, украинские пограничники шесть часов продержали его на границе, обвинив в сепаратизме. Все это показывает, с какими трудностями сталкиваются те, кто поддерживает Украину и предпочитает оставаться в Крыму».

В заключение журналист цитирует неназванного члена Законодательного собрания Севастополя: «Здесь есть люди, которые трезво смотрят на нынешнюю российскую политическую систему. Режим в Кремле - это на время. Важно то, что мы теперь в России, и это навсегда». [5.]

Пытаясь объяснить причины «ухода» Крыма, специалисты ищут различные приемлемые для западного понимания ответы. Обозреватель Bloomberg View Л. Бершидский предлагает сразу два варианта. Первый это то, что «После украинской «революции достоинства» западные и украинские лидеры упустили возможность попытаться объясниться с Москвой и прийти к соглашению, которое, как минимум, могло обеспечить статус Крыма как российской военной базы и гарантировать России участие в переговорах по сближению Украины с ЕС.» Второй, по мнению журналиста, заключается в том, что Западные лидеры «Не смогли и решительно отреагировать, когда Путин сделал шаги, направленные на защиту интересов своей страны, как он их понимал». [6.]

Наиболее адекватное понимание событий весны 2014 г. продемонстрировал экс-президент Чехии Вацлав Клаус. Он, в рамках западной солидарности, назвал присоединение Крыма «аннексией», однако выразил мнение, что «она была продиктована растущей озабоченностью населения Крыма, а в движении за независимость нашли отражение подлинные чаяния народа…».

«Совершенно ясно, что Крым никогда не был частью Украины. Он всегда принадлежал России. И я не вижу здесь никакой трагедии, - заявил Клаус. - Главной же причиной случившегося, стал внутренний кризис в самой Украине. Без Майдана не было бы и аннексии Крыма».[7.]

Колебание позиции Запада в отношении Крыма на лицо. Позиция Российского руководства, напротив, однозначна: Премьер-министр России Дмитрий Медведев заявил, что вопрос статуса Крыма закрыт навсегда. Крым является частью российской территории.

Список литературы

1. Жители Крыма жалеют, что поддержали «аннексию» // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/die-welt-zhiteli-kryma-zhaleyut-chto-podderzhali-anneksiyu.html
2. П. Арвиль Крым, время московское // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/18Mar2016/lefigaro/cremia1.html
3. Л. Бершадский Почему Россия остановилась на Крыме // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/23Feb2016/BloombergView/cremia.html
4. А. Ливен Не бойтесь русских // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/18Mar2016/nytimes/russian.html
5. Ш. Уокер Крымчане не жалеют, что разошлись с Украиной, но хотели бы, чтобы их сильнее любила Россия // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/20Jan2016/guardian/crimeans.html
6. Л. Бершидский Через год после крымских событий позиции Путина сильны // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/17Mar2015/BloombergView/crimea1.html
7. Экс-президент Чехии Вацлав Клаус: «Крым никогда не был частью Украины» // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/21jan2015/diepresse/klaus.html

КРЫМ ЧЕЙ? КАРТА УКРАИНЫ БЕЗ КРЫМА

Артемов А.О.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Зачастую позиция официального руководства Украины строится на отрицании реальности. Ярким примером служит ситуация с Крымом.

Крым вошел в состав России после референдума в марте 2014 г., в ходе которого по официальным данным 96,8 % жителей полуострова, участвовавших в голосовании, поддержали такое решение. Явка превысила 83 %. Официальный Киев по-прежнему считает этот регион украинской территорией. В Москве указывают на то, что процедура присоединения Крыма соответствовала международному праву.

Никаких реальных возможностей изменить ситуацию, у украинских властей нет. В результате их борьба за полуостров носит символический характер. Объектами борьбы Киева зачастую становятся карты, авторы которых – включают Крым в состав России в соответствии с его реальной принадлежностью

В сентябре 2015 г. Министерство иностранных дел Украины направило Казахстану ноту протеста по поводу статуса Крыма, который в ряде учебников прописан субъектом России.

Согласно ноте, распространение указанной информации противоречит позиции, как международного сообщества, так и руководства Республики Казахстан, которое неоднократно заявляло о своей поддержке территориальной целостности Украины. [1.]

В октябре 2015 г. Британское издательство Oxford University Press выпустило атлас мира на 2016 г., где полуостров Крым обозначен частью России. В след за этим свою версию атласа выпустило французское издательство Larousse, в котором спорный полуостров также был отнесен к территории Российской Федерации. [2.]

В этом же месяце детская газета «Зайчик», издающаяся во Львове опубликовала карту Украины без Крыма. Данный факт вызвал возмущение украинских патриотов. Ошибку обнаружил киевлянин Тарас Бык. «Где бы вы искали горячую точку сепаратизма? В Одессе? Харькове? Все гораздо проще: Львов, ул. Владимира Великого пятый. Вот такую карту Украины пытается убить в головы наших детей редакция журнала «Зайчик», - написал он на своей странице в Facebook.

«Мы выясним, конечно, как такое могло произойти. Конечно, Крым - это Украина», - оправдывался Главный редактор «Зайчика» В. Гордынский. [3.]

Несмотря на протесты, демонстрация географических карт Украины, лишённой Крыма, стала почти уже привычным явлением. Однако удар пришел оттуда, откуда украинское руководства никак не ожидало: «крамольную» карту показала телекомпания «МТВ-плюс» из Мелитополя.

Кроме этого скандальный сюжет, в котором была продемонстрирована карта Украины без полуострова, вышел в эфир запорожского телеканала «МТВ-плюс». Министерство информационной политики Украины потребовало от редакции телеканала объяснить причины инцидента и «вернуть

Крым». [4.]

Имел место скандал из-за публикации карты Украины с российским Крымом в итальянском журнале Limes. Карты, на которых Крым является частью России, были выпущены чешским и польским издательствами, показаны в эфире болгарского телевидения и размещались на страницах итальянской прессы. [5.]

Продолжили распространение карты Украины «в усеченном» виде. Сотовые операторы. На главной странице сайта компании «МТС Украина» появилась карта Украины без полуострова Крым. Впоследствии карту изменили. «Некорректное отображение отметки карты Украины на сайте «МТС Украина» произошло из-за ошибки агентства..., которое поддерживает сайт», - заявили в компании.

Вслед за этим поисковый ресурс Яндекс принял решение менять границы Украины в зависимости от пользователей. На украинской странице Яндекс Крым отображается как часть Украины, а для российских пользователей находится в составе России. «Крым отражается по-разному для стран, в которых мы работаем, - согласно официальной позиции каждой из них», - заявили в компании. Кроме того пользователи API Яндекс. Карт получили возможность самостоятельно «рисовать» государственные границы на картах своих сайтов.

В сервисе Google Крымский полуостров также отражается по-разному. На российской странице Крым отделен от Украины линией границы, а на международной google.com - пунктиром, как и Абхазия от Грузии. Для украинской страницы Крым находится в составе Украины.

В марте Национальное географическое общество заявило, что изменения в его картах не означают, что организация признает его законный статус, а лишь отображают ситуацию в мире. [6.]

На этом фоне, не удивительным выглядит факт выдачи новых пропусков студентам Национального медицинского университета им. Богомольца, на которых, герб университета был изображен на фоне карты Украины без Крыма.

«Распространение официальных пропускных документов с картой Украины без обозначения АР Крым учреждением государственной формы собственности является недопустимым», заявила советник министра информационной политики по вопросам Крыма Э. Джеппар. [7.]

Но как быть Украинским властям, когда Крыма их «лишают» даже в той стране, которая решительно их поддерживает?

Карта Украины без Крыма появилась на передовице американской газеты USA Today с тиражом более 1,6 млн. экземпляров в день. Вряд ли стоит воспринимать публикацию карты как доказательство того, что американский еженедельник поддерживает аннексию Крыма, и идет в разрез с политикой государства. На логотипе газеты редакция на свое усмотрение и на злобу дня размещает символы дня и разделов. Один из приемов - размещение контура страны-ньюсмейкера. Скорее всего, это ошибка дизайнера и слабый контроль со стороны выпускающего редактора. Некоторые интернет сервисы отмечают эту территорию, как спорную - это мировая версия Google, программа Google Earth и проект Openstreetmap. По-видимому, для логотипа была взята карта из интернета. [8.]

Однако тенденция обновления карт достаточно устойчива. В мире футбола, похоже, уже определились.

Футболки с символикой ЧМ-2018 г. с картой России, не включающей в себя Крым, были выставлены в онлайн-магазине ФИФА. Однако позже пресс-служба Федерации объявила об изъятии из продажи таких футболок. [9.]

Перед этим, в ноябре 2015 г., Чешское издательство Ottovo Nakladatelství издало «Футбольный атлас мира», в котором Крым уже был обозначен как территория Российской Федерации. [10.]

Карты должны отражать действительность, какой бы она ни была, а не фиксировать мечтания о тех территориях, которые в реальности сменили свою государственную принадлежность.

Список литературы:

1. У Украины с Казахстаном разгорается скандал из-за Крыма // [Электронный ресурс] URL: http://apostrophe.com.ua/news/politics/foreign-policy/2015-09-25/u-ukrainyi-s-kazahstanom-razgoraetsya-skandal-iz-za-kryima-opublikovan-skan/36384.

2. Издательство Оксфорда выпустило атлас мира с российским Крымом // [Электронный ресурс] URL: http://lenta.ru/news/2015/10/14/oxford_not_sure.

3. Во Львове разгорелся скандал из-за карты Украины без Крыма // [Электронный ресурс] URL: http://apostrophe.com.ua/news/society/2015-10-10/vo-lvove-razgorelsya-skandal-iz-za-kartyi-ukrainyi-bez-kryima-opublikovanyi-foto/37999.

4. Печёнкин Г. Запорожское ТВ показало карту Украины без Крыма/Г. Печенкин // [Электронный ресурс] URL: http://www.mk.ru/politics/2016/02/24/zaporozhskoe-tv-pokazalo-kartu-

ukrainy-bez-kryma.html
5. Министерство информационной политики Украины потребовало объяснений от мелитопольской телекомпании «МТВ-плюс». В одной из передач канал продемонстрировал карту, на которой Крым – часть России. // [Электронный ресурс] URL: http://www.dni.ru/society/2016/2/24/329080.html
6. Украина без Крыма - кто меняет карты? // [Электронный ресурс] URL: http://www.bbc.com/ukrainian/ukraine_in_russian/2015/01/150115_ru_s_ukraine_without_crimea_maps
7. Украинским студентам выдали пропуска с картой Украины без Крыма // [Электронный ресурс] URL: http://rian.com.ua/politics/20160229/1005970020.html
8. Баринова Д. Украина без Крыма на логотипе USA Today // [Электронный ресурс] /Д. Баринова. URL: https://defendingrussia.ru/a/ukraina_bez_kryma_na_logotipe_usa_today-1516/
9. ФИФА удалила из онлайн-магазина футболки с картой России без Крыма // [Электронный ресурс] URL: http://sport.rbc.ru/article/268474.
10. Украина протестует, издательство оправдывается // [Электронный ресурс] URL: http://regnum.ru/news/society/2075742.html.

КРЫМ: ДВА ГОДА С РОССИЕЙ

Бортникова В. С.
Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В истории есть немало загадок. Если «прогрессивное человечество» в конце XVIII века спокойно отнеслось к присоединению Крыма к России, то почему оно в начале XXI века так болезненно восприняло возвращение Крыма в Россию?

Причем при Екатерине Великой Крым был именно аннексирован. Мнения местных жителей тогда никто не спрашивал, а восстания крымских татар жестоко подавлялись. Теперь, когда жители Крыма почти единогласно выступили за присоединение к РФ, Путин подписал указ о реабилитации крымского - татарского народа, а язык крымских татар вошёл в число государственных языков Республики Крым, никто не хочет признавать легитимность воссоединения полуострова с Россией.

Однако не все так однозначно.

Через год после присоединения Крыма и Севастополя к России американский журнал Forbes опубликовал материал о том, как жители полуострова относятся к прошедшему референдуму и тому, как изменилась их жизнь в целом. По данным издания, и этнические русские, и украинцы, и крымские татары считают, что с присоединением к РФ их жизнь стала лучше.

«Июньский опрос Gallup показал, что, по мнению 82,8% опрошенных крымчан референдум 18 марта 2014 г. в полной мере отражал мнение населения полуострова».

«Назвали референдум легитимным среди этнических русских 93,6%, среди украинцев это 68,4% респондентов, 73,9% опрошенных заявили, что их жизнь улучшилась после вхождения полуострова в состав РФ».

В феврале 2015 г. аналогичный опрос провела немецкая исследовательская компания GfK. Респондентов спрашивали, поддерживают ли они присоединение Крыма к России, и «82% опрошенных ответили «Определенно да». Еще 11% выбрали вариант «Скорее да». Лишь 2% респондентов заявили, что они против, 2% затруднились ответить, еще 3% воздержались от ответа».

Как отмечает Forbes, спустя год исследования западных компаний показывают, что абсолютное большинство жителей Крыма не считают, что их обманом вынудили выбрать присоединение к РФ. Кроме того, большинство убеждены, что их жизнь и жизнь их семей улучшилась и будет более благополучной, нежели во время нахождения в составе Украины.

Как отмечает журнал, «4% опрошенных крымских татар заявили, что не голосовали за присоединение к РФ. Большинство - 55% - объяснили, что, по их мнению, при проведении референдума не учитывалось мнение Киева и законы Украины. Еще 24% ответили, что референдум проходил под давлением». [1.]

Возможно, США и Евросоюз хотят спасти жителей Крыма от них самих. Как выяснилось, крымчане вполне довольны тем, что они имеют.

Спустя год после аннексии Крыма, украинского полуострова в Черном море, результаты одного опроса за другим показывали, что местные жители — будь то украинцы, этнические русские или татары — единодушны в одном: жизнь с Россией лучше, чем жизнь с Украиной.

Несмотря на все усилия со стороны Киева, Брюсселя, Вашингтона и ОБСЕ, основная масса населения Крымского полуострова считает, что референдум по вопросу об отделении от Украины

был законным. Подавляющее большинство жителей Крыма отнюдь не считают, что их обманом заставили проголосовать за аннексию.

В рамках опроса жителей Крыма спросили, давали ли украинские СМИ справедливую оценку событиям в Крыму. Только 1% опрошенных сказали, что украинские СМИ «предоставляют абсолютно достоверную информацию», и только 4% ответили, что информация «скорее достоверная, чем ложная». [2.]

За два года совместной с Россией жизни Крым переживает второе рождение. Улучшения видны невооруженным глазом во всех сферах. Украинские власти в Крыму тратили и паразитировали на советском наследии. Ни о каком развитии дорожной инфраструктуры, медицинской и образовательной сфер, а также привлечении инвестиций и туристов речи не шло.

Федеральная программа развития Крыма и Севастополя до 2020 г. предполагает, что в развитие региона будет вложено свыше 700 миллиардов рублей.

С вхождением в состав России в Крыму наблюдается устойчивый рост промышленного производства. По итогам 2015 г. его объем возрос на 11% (наилучшую динамику продемонстрировала пищевая промышленность – 33%).

Повысилась энергобезопасность Крыма. С вводом в мае 2016 г. в строй второй очереди энергомоста, полуостров должен стать полностью независимым от поставок электроэнергии извне.

За год на дороги полуострова было потрачено около пяти миллиардов рублей. В результате были отремонтированы 166 километров трасс. Полным ходом идут работы по строительству Керченского путепровода для соединения Крыма с материковой частью России.

Керченской паромной переправой за 2015 г. было перевезено более 4,5 миллиона пассажиров, что в четыре раза больше, чем за 2014 г.

Аэропорт «Симферополь» за два года стал современной воздушной гаванью международного уровня. Он отправляет и принимает самолеты из 54 городов, пропускная способность составляет 104 рейса или 22 тысячи человек в сутки. За год аэропорт обслужил около 5 миллионов пассажиров.

За 2015 г. в здравницах и в частном секторе полуострова отдохнули около 4,5 миллиона человек, превысив аналогичный показатель 2014 г. на треть. В течение высокого курортного сезона более половины работающих здравниц были загружены на 85-100%. [3.]

При активном содействии «прогрессивного человечества» жителям Крыма не удалось избежать негативных последствий своего выбора.

По инициативе отвергнутой «экс-Родины» начала устанавливаться граница между Крымом и материковой Украиной. В итоге зимой 2014 года прекратилось автобусное и железнодорожное сообщение с материком. Параллельно транспортной изоляции началась экономическая блокада.

Барак Обама подписал указ о введении расширенного пакета санкций против полуострова. Из Крыма ушли все украинские банки, страховые компании, операторы мобильной связи, телекоммуникационные компании, платёжные системы Visa и Mastercard, сеть MacDonald’s и фирмы Apple, Dell, Microsoft, Google и HP. [4.]

«В ноябре 2015 г. Крым и Севастополь были полностью обесточены из-за подрыва двух ЛЭП в Херсонской области Украины. Чиновники признали, что у Крыма не хватит собственных мощностей для полного восстановления энергоснабжения, а при худшем варианте развития для этого понадобится около месяца. В связи с происшествием министр энергетики РФ Александр Новак заявил, что Россия готова ускорить запуск энергомоста через Керченский пролив, который позволит полуострову отказаться от поставок электроэнергии с Украины». [5.]

Украинские власти пытались шантажировать непокорных жителей полуострова. Ситуация была критической и было принято решение узнать мнение крымчан.

Данные опроса, проведенного ВЦИОМом, свидетельствуют о том, что «более 93 % опрошенных жителей Крыма и Севастополя высказались против поставок электроэнергии на полуостров на условиях Украины».

Глава ВЦИОМ Валерий Федоров, сообщил, что «по республике Крым 6,55 % высказались в поддержку заключения такого контракта. 92,6 % не поддержали заключение контракта, по которому Крым и Севастополь являлись бы частью Украины».

«При этом свыше 94 % участников опроса готовы к незначительным перебоям энергоснабжения в течение 3-4 месяцев. Против этого выступают 5,4 % опрошенных».

«Всего было опрошено порядка 3000 человек: 2,5 тыс. в Крыму и около 500 человек в Севастополе. Погрешность при такой выборке, по словам Федорова, не превышает 4,5 %.

Президент России поручил провести социологический опрос населения Крыма и Севастополя, прежде чем заключать контракт на поставки электроэнергии с Украиной».

По свидетельству главы Минэнерго Александра Новак, первый вопрос звучал так: «поддерживаете ли вы или нет заключение коммерческого контракта с Украиной на поставку части электроэнергии в Крым и Севастополь, если в нем будет указано, что Крым и Севастополь являются частью Украины».

Как сообщал гендиректор ВЦИОМ Валерий Федоров, «телефонный опрос жителей Крыма и Севастополя, это репрезентативная выборка по обоим субъектам РФ: порядка 400 человек — по Севастополю и 600 — по Республике Крым». [6.]

Стойкость крымчан объясняется просто. Они давно знали, с кем имеют дело. Впрочем, и настроения большей части населения полуострова тоже не было секретом. Опубликованная недавно стенограмма заседания самопровозглашённых украинских властей, во время начавшегося два года назад распада страны красноречиво свидетельствует, о том, что уход Крыма был предрешен давно.

«Наливайченко: «…массовая поддержка населением действий Российской Федерации».

Аваков: «Большинство населения Крыма занимает пророссийскую, антиукраинскую позицию».

Тенюх: «Настроение населения в Крыму вы знаете».

Ярема: «Во время подготовки первоочередных действий мы обнаружили доминирующую позицию гражданского населения Крыма. Когда происходила инициатива захвата помещений государственных учреждений, они говорят: «Если у вас в Киеве можно, то почему у нас в Крыму нельзя захватывать».

Турчинов: «Очень важно наше обращение именно к жителям Крымского полуострова. Они должны понимать, что украинская власть им не враг. Что мы готовы решать их местные проблемы. Нам нужно развеять миф, что это крымчане подняли восстание против Украины. Это не крымчане».

Это было произнесено 28 февраля 2014 г. Через неделю после того, как на Украине произошёл государственный переворот.

Где теперь все те журналисты, которые писали про референдум «под дулами автоматов»? Где те, которые рассказывали нам, что все крымские татары проголосовали против возвращения в Россию? [7.]

То, как крымчане реагировали на все неудобства весь этот год, лишний раз подтверждает, что они не ошиблись с выбором. Крымчане говорят: «мы потерпим. Мы терпели двадцать с лишним лет, потерпим и ещё два-три года». А признание «прогрессивного человечества» им не требуется.

12-14 марта 2016 г. ВЦИОМ провел Всероссийский опрос на тему воссоединения Крыма и РФ. ПО телефону опрошено 1600 респондентов. Два года назад, до референдума, Крым считали частью России 89 процентов опрошенных, то сейчас - 96 % россиян. У 37 процентов россиян полуостров ассоциируется со слоганом «Крым-наш» и с понятием «русская земля», у 35 процентов - с морскими курортами и отдыхом, у 16 - в целом положительными эмоциями.

По мнению 79 процентов россиян, воссоединение с Россией пошло на пользу жителям полуострова. Отмечается повышение общего уровня жизни, продуктивная экономическая политика.

По мнению россиян, воссоединившись с Крымом, Россия доказала, что может отстаивать свои национальные интересы (92 %), а западные страны, в конце концов, признают воссоединение Крыма и России (84). Каждый второй (53 %) даже согласен с тем, что после воссоединения России и Крыма позиции нашей страны на международной арене улучшились. А 73 % отмечают, что Крым и Севастополь играют ключевую роль в обеспечении обороноспособности страны. Кроме того, существует уверенность, что в ближайшее время Крым может стать курортом мирового уровня (82), а лучшим курортом России уже сейчас его считают 63 %.

Присоединение Крыма к России большинство наших сограждан (75 %) считают лишь поводом к началу санкционной политики Запада, но не ее главной причиной. Обратного мнения придерживаются 20 %.

Два года после воссоединения Крыма с Россией были трудными и для жителей полуострова, и для россиян в целом не разубедили людей в оправданности решений двухлетней давности. [8.]

Таким образом, единственно чего добились власти Украины за прошедшие два года, так это того, что связи Крыма с Россией стали еще крепче.

Список литературы:

1. Журнал Forbes выяснил отношение крымчан к присоединению к России // [Электронный ресурс] URL: http://www.interfax.ru/world/431388

2. Рапоза К. Крымчане предпочитают Москву Киеву/К. Рапоза // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.ru/world/20150322/227016402.html

3. Как изменился Крым за два года в составе России // [Электронный ресурс] URL: http://www.dni.ru/society/2016/3/18/330929.html

4. Зона мутации, или Год Крыма в России // [Электронный ресурс] URL: http://www.novayagazeta.ru/society/67772.html

5. Участники энергоблокады Крыма выдвинули условия // [Электронный ресурс] URL: http://www.novayagazeta.ru/news/1698174.html

6. Жители Крыма высказались против поставок электроэнергии на условиях Украины // [Электронный ресурс] URL: http://lenta.ru/news/2016/01/01/krim/

7. Кононенко М. Крым. Два года дома/М. Кононенко // [Электронный ресурс] URL: https://russian.rt.com/article/153784

8. Изотов И. Воссоединение с Крымом пошло на пользу России/ И.Изотов // [Электронный ресурс] URL: http://rg.ru/2016/03/17/reg-kfo/opros-vossoedienie-s-krymom-poshlo-na-polzu-rossii.html

ОБЕЩАНИЯ УКРАИНСКИХ ПОЛИТИКОВ ВЕРНУТЬ КРЫМ: НЕСБЫТОЧНЫЕ ФАНТАЗИИ ИЛИ РЕАЛЬНЫЕ ПЛАНЫ

Федотова В.О.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

26 февраля 2014 г. стал переломным днем Крымской весны. Крымская весна на полуострове прошла практически бескровно. По данным Министерства обороны России, на момент тех событий в Крыму несли службу 18 тысяч украинских военнослужащих. Только около 2 тыс. из них впоследствии решили покинуть полуостров, остальные остались под российским флагом. Из контингента внутренних войск Украины вернулось на континент после воссоединения Крыма с Россией менее половины.

Несмотря на полное фиаско, нынешняя «незалежная» власть не оставляет попыток вернуть Крым себе.

Один из лидеров непризнанного крымско-татарского меджлиса и депутат Верховной Рады Украины Мустафа Джемилев также не исключил вооруженного конфликта в Крыму: «Я являюсь противником такого развития событий, так как это будет означать уничтожение нашего народа».

В соседней с Крымом Херсонской области уже создан крымско-татарский батальон, однако он намеревается не воевать, а участвовать в зачистках мирного населения. Л. Ислямов, – лидер так называемой гражданской блокады Крыма заявил: «Мы должны быть готовы к тому, что как только Крым освободится — а мы его будем освобождать, — дальше будем уже внутри Крыма правопорядком заниматься».

Другой способ, – взять жителей Крыма измором, – националисты уже опробовали. В сентябре 2015 г. радикалы оборудовали в Херсонской области несколько контрольно-пропускных пунктов и стали препятствовать проезду грузовиков и других автомобилей. [1.]

В ноябре 2015 г. Крым и Севастополь были полностью обесточены из-за подрыва двух ЛЭП в Херсонской области Украины. Участники блокады Крыма выдвинули обязательным условием допуска ремонтных бригад к линиям электропередачи гарантированное отключение полуострова от электроэнергии «до решения ряда политических вопросов». [2.]

В декабре 2015 г. Л. Ислямов анонсировал начало «морской блокады» полуострова. «Мы пойдем дальше. Будем делать сетевую блокаду, дальше будет морская блокада, то есть Крым окажется в полной изоляции. В том числе будет блокада и Керченской переправы. Пусть они там не изощряются и не думают, что мы не сможем это сделать». [3.]

Активность в решении крымского вопроса старательно демонстрировал бывший президент Грузии и советник президента Украины М. Саакашвили, который на киевском форуме безопасности предложил русским убраться из Крыма и отдать полуостров Украине, а бывшим украинским гражданам, которые так любят Россию, рекомендовал переехать с полуострова на материковую территорию РФ. «Кому нравится оккупация - пусть едут в Россию. В Симферополе открыт аэропорт. Он работает. Там самолеты, которые летают в Россию. В чем проблема?». [4.]

Став губернатором Одесской области Михаил Саакашвили выступил на палубе флагмана Военно-морских сил Украины (ВМСУ), фрегата «Гетман Сагайдачный» и пообещал сделать все для возвращения Крыма в состав Украины.

По словам Саакашвили, «сегодня наши героические Вооруженные силы Украины, в том числе Военно-морские силы, делают все для того, чтобы враг не смог наступать на наши города и села, чтобы еще сотни тысяч людей не остались бездомными». Саакашвили пообещал сделать все для

того, чтобы полностью вернуть под украинский контроль то, что «временно захватила» Российская Федерация. [5.]

Украинские политики, не смотря на безрезультатность предыдущих попыток, не оставляют планов возврата Крыма.

Так, министр внутренних дел А. Аваков сообщил о подготовке подразделений Нацгвардии, полиции и армейских частей к возвращению Крыма. 25 февраля 2016 г. в эфире передачи «Право на власть» глава МВД Украины заявил: «У нас нет ничего. Нам нужна новая армия, новая Национальная гвардия и новая полиция. Этим сейчас и занимается государство Украина. Мы должны все это воссоздать, и тогда, при наличии нашей воли, Крым будет с нами. У меня в этом нет никаких сомнений».

Президент Украины П. Порошенко в этот же день поручил Министерству обороны и Генштабу Вооруженных сил Украины подать предложения по усилению военных возможностей Украины в Херсонской области и вдоль всего черноморского побережья.

В середине февраля скорую войну за Крым предрек советник Порошенко В. Горбулин. Предупредил о том, что «Постепенно исчерпывается потенциал дипломатических средств решения проблем донбасского конфликта и аннексированного Крыма. Собственно, этого потенциала осталось не более чем на два-три года. И в скором времени остро встанет вопрос активного и эффективного привлечения другого инструмента внешнеполитической деятельности — вооруженных сил». [1.]

Президент Украины П. Порошенко выразил уверенность, что введение безвизового режима с ЕС поможет вернуть Крым и Донбасс. «Это дополнительный стимул и для возвращения власти на Донбасс, и один из первых элементов стратегии возвращения Крыма. Мы должны победить в этой борьбе за мнения крымчан, потому что на Донбассе, я уверен, будет легче», — заявил Порошенко. По его словам, отдельные граждане Донбасса и Крыма смогут получить биометрические паспорта. [6.]

Глава Республики Крым С. Аксенов рекомендовал президенту Украины П. Порошенко забыть об идее возвращения полуострова.

«Это, наверное, какие-то мечты господина Порошенко. Крым никогда в Украину не вернется. Он вернулся на историческую родину один раз и навсегда». Аксенов назвал «чушью» заявление украинского лидера о том, что безвизовый режим для Украины в шенгенской зоне — инструмент по возвращению Донбасса и Крыма под власть Киева. Глава региона выразил уверенность в том, что по истечению некоторого времени крымчане будут ездить в шенгенскую зону по российским загранпаспортам. [7.]

В ответ неуступчивые украинцы всячески демонстрируют свою решительность. Советник президента Украины П. Порошенко В. Горбулин призвал использовать силу для урегулирования конфликта в Донбассе и возвращения Крыма под контроль Киева. «Постепенно исчерпывается потенциал дипломатических средств решения проблем донбасского конфликта и аннексированного Крыма. Собственно, этого потенциала осталось не более чем на два-три года. И в скором времени остро встанет вопрос активного и эффективного привлечения другого инструмента внешнеполитической деятельности — вооруженных сил». [8.]

Глава МВД Украины А. Аваков заявил о подготовке подразделений Нацгвардии, полиции и армейских частей для возвращения Крыма. Об этом министр рассказал в эфире программы «Право на власть» на телеканале «1+1».

Аваков добавил, что МВД Украины вместе с депутатами Верховной Рады М. Джемилевым и Р. Чубаровым работает над созданием специального подразделения Нацгвардии для того, чтобы быть готовыми к тому, чтобы вернуть Крым. [9.]

Наряду с воинственными заявлениями, предлагаются дипломатические меры воздействия.

21 января 2016 г. президент Украины Петр Порошенко создал в составе своего представительства в Крыму службу по вопросам так называемой деоккупации полуострова. А 23 января сообщалось, что МИД Украины совместно с Советом Европы (СЕ) планируют отправить в Крым мониторинговую миссию по правам человека. [10.]

«Мы не согласны с тем, что потеряли Крым. В этом году мы намерены активизировать процесс возвращения полуострова», — заявила глава украинского ведомства Н. Яресько в кулуарах Всемирного экономического форума в Давосе, открывшемся 20 января.

По ее словам, власти страны планируют создать дипломатический форум, в который бы вошли Россия, Украина, Евросоюз (ЕС) и США. «Мы рассчитываем организовать начало диалога о возврате Крыма», — уточнила Яресько. [11.]

Анализ действий украинских властей, скорее указывает на их неспособность к конструктивным действиям. Все их попытки вернуть Крым, скорее подчеркивают их бессилие, чем

решимость восстановить статус-кво.

Список литературы:

1. Кармазин И. Тысяча и один способ вернуть Крым/И. Крамазин // [Электронный ресурс] URL: http://lenta.ru/articles/2016/02/27/crimea.

2. Украинские радикалы предложили разрезать ведущие в Крым провода // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/11/23/lep.

3. Меджлис заявил о готовности начать морскую блокаду Крыма // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/12/01/blokadamozga.

4. Саакашвили предложил русским убраться из Крыма // [Электронный ресурс] URL: http://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201505291832-6atw.htm.

5. Саакашвили пообещал вернуть Крым Украине // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/06/15/saakakrym.

6. Порошенко поделился способом вернуть Донбасс и Крым // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/12/20/poroshenko.

7. Аксенов посоветовал Порошенко забыть об идее возвращения Крыма // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/12/24/aksenov.

8. Советник Порошенко предрек скорую войну за Крым // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/02/15/sovetnik.

9. Аваков рассказал о подготовке армии и Нацгвардии для возвращения Крыма // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/02/26/avakov/

10. Порошенко обозначил пункты дорожной карты по возвращению Крыма // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/01/24/poroshenko.

11. Украина разработала новую дипломатическую инициативу по возвращению Крыма // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/01/21/crimea.

ОЦЕНКА ДЕЙСТВИЙ РОССИИ В СИРИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

Романова Д.С.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Решение о частичном выводе российских войск из Сирии обескуражило западных специалистов. Им оставалось только гадать об истинных причинах предпринятых действий. Вокруг сирийских событий возник большой переполох. Решение удивило всех международных наблюдателей, комментаторов и аналитиков. Зарубежные СМИ наполнились многочисленными высказываниями и рассуждениями на эту тему зачастую противоречащих друг другу.

Например, старший международный корреспондент CNN Кларисса Уорд: утверждает, что «Истинная цель российской военной операции заключалась в том, чтобы поддержать режим Башара Асада. И, конечно, в провинции Латакия и особенно в Алеппо развернулись масштабные военные действия. Режим вел наземную операцию, а российская авиация обеспечивала прикрытие с воздуха. Многих сильно удивило объявление России о том, что ее миссия выполнена, поскольку впереди еще много работы. Они беспокоятся, что Россия переключилась на второстепенные задачи или растратила слишком много средств, в то время как ее экономика и так несет ущерб из-за низких цен на нефть и санкций».

Президент Совета по международным отношениям Ричард Хаас: склоняется к тому что «Россия попыталась использовать мощнейшую военную силу для достижения узкой, ограниченной цели и преуспела в этом. это можно назвать доктриной Пауэлла по-русски». «Русские не пытались преобразовать Сирию в демократию Джефферсона и они не пытались вернуть правительству контроль над всей страной и усмирить весь народ ради Асада. Была ограниченная цель: они укрепили и поддержали правительство. И это пошло на пользу имиджу России в этом регионе и на мировой арене: она зарекомендовала себя как страна, которая хочет и может сделать что-то в защиту союзника или режима, которому она покровительствует». [1.]

Бывший постпред США при ООН Билл Ричардсон в эфире одной из американских радиостанций, комментируя внезапный отвод российских войск из Сирии, сделал такое заявление: «Путин что-то замышляет. Не знаю, что именно. Я ему не доверяю. Нам не следует ему доверять».

По мнению бывшего постпреда США, «российский президент вывел войска из экономических соображений, поскольку его страна страдает от низких цен на нефть». [2.]

Бывший советник экс-главы ЦРУ М. Бут прокомментировал ситуацию следующим образом: «Путин вообще обожает делать сюрпризы всему миру. В недавнем интервью Atlantic Барак Обама

сообщил, что не припоминает заседаний «Большой двадцатки», где бы Россия определяла повестку дня. Президент США, как и большинство европейских лидеров, живет в XXI веке, где международное право значит больше, чем грубая сила. От Крыма до Сирии Путин переписывает международные правила в свою пользу». «С точки зрения морали, то, что сделал Путин, чудовищно. Он поддерживает кровожадный режим, несущий ответственность за убийства сотни тысяч человек и превращение миллионов в беженцев», – уверяет автор статьи. Однако ему приходится признать, что «с точки зрения выгоды для России Путин одержал очередную победу и показал себя более искусным игроком на международной арене, чем его коллега из Вашингтона». [3.]

Не исключает того, что Россия добилась своего и корреспондент Sunday Times: «Когда Владимир Путин в конце сентября прошлого года отправил свои силы в Сирию, Барак Обама назвал эту «интервенцию» безрассудным поступком. «Попытка России и Ирана поддержать Асада и постараться успокоить население только приведет к тому, что они увязнут в трясине, и все это не сработает», - заявил президент США. Однако российский лидер отнюдь не увяз. Оказав помощь Башару Асаду, он сумел выбраться из трясины, отделавшись лишь малыми военными и финансовыми потерями». [4.]

Аналогичный взгляд опубликован и в Les Echos: «Москва начала возвращать свои войска из Сирии с вывода транспортных самолетов Ту-154 и бомбардировщиков Су-34, Однако российские власти предупредили: авиаудары по объектам террористов будут продолжаться, а на территории Сирии останутся российские системы противовоздушной обороны. «Уход Москвы из Сирии парадоксальным образом делает ее ключевым участником обсуждения вопроса о будущем страны».

«Владимир Путин на самом деле достиг многих из своих целей: вывести Россию из ее изоляции после украинского кризиса, усилить позиции сирийского президента Башара Асада, помешать свержению режима в Дамаске, срежиссированному Западом, избежать повторения ливийского сценария, и, наконец, навязать свою ведущую роль в Сирии». [5.]

Российский историк Юрий Фельштинский, проживающий в США, считает, что «Пять с половиной месяцев военной кампании в Сирии показали, что в более долгой перспективе нахождение Асада у власти не являлось возможным. Одновременно подтвердилось то, что на Ближнем Востоке россиянам выгодно поддерживать другую силу – курдов, которые сражаются за независимость. Конечно, Курдистан можно создать лишь путем действий, направленных против Асада, а не совместно с ним. Следовательно, создание государства курдов означало бы формальный распад Сирии, и это требует свержения Асада. Но в конечном итоге главной целью Владимира Путина остается ослабить НАТО и ЕС. Он уже выбрал инструменты для совершения этого. Это смена покровительства на Ближнем Востоке, а в будущем – поддержка курдов в их стремлениях получить независимость за счет Турции».[6.]

Майкл Сингх, управляющий директор Вашингтонского института ближневосточной политики в Fox News указывает на то, что: «в каком-то смысле Путин поступил именно так, как говорил. Он сказал, что войска не будут в Сирии слишком долго. На момент вмешательства России у Асада были серьезные проблемы, – и похоже, что сейчас цель достигнута. Режим вернул себе многие территории и идет на мирные переговоры как сильная и влиятельная сторона. Перед тем как прийти в Сирию, Россия была в международной изоляции из-за вторжения в Крым, из-за вторжения на Украину… А теперь в Москву летит Джон Керри, и на международной мирной конференции Россия в центре внимания. Они прорвали изоляцию! Россия снова крупный игрок на мировой арене».**[7.]**

Умелое использование ситуации отмечает и Седрик Лейтон – военный аналитик CNN: «Путин действует очень искусно и невероятно умно, вовлекая российские вооруженные силы в этот конфликт. Он пришел, заявил о себе, использовав эту силу, а затем он, по сути, сказал: «Мы сделали то, что нам надо было сделать, мы уходим отсюда». Это очень интересный способ решения подобных вопросов. США очень не хотели вмешиваться в сирийский конфликт. Мы используем силы спецназа, и, конечно, мы провели воздушную операцию, которая началась до того, как русские активно вмешались в конфликт. Но очевидно, что русские действовали достаточно быстро и решительно, в том смысле, что они использовали мощь своих ВКС, чтобы достичь своих целей. Кроме того, российская операция дала понять, что русские готовы использовать силу во многих других ситуациях, в которых США и их партнеры делать этого не станут. Русские учли опыт США в Ираке и Афганистане. И, конечно же, они учли свой собственный опыт в Афганистане. И они сказали: «Мы не хотим увязать в этом болоте, но мы хотим влиять на последствия». [8.]

Похожие оценки звучат и на Ближнем Востоке. Израильский новостной портал Ynet утверждает, что «Россия все-таки достигла своих главных целей. Она не только успешно уничтожила террористов, но еще и позаботилась об укреплении позиций Асада и своих собственных». «Путин

теперь контролирует Средиземное море, он положил конец монополии США и НАТО в регионе. А об этом мечтали все цари и советские лидеры».

«Всего этого Путин умудрился достичь за пять с половиной месяцев пребывания в стране. Теперь именно Россия является инициатором, а США всего лишь реагируют на действия Москвы. Россия доказала, что именно она является супердержавой в регионе». Ну а для Израиля ситуация не слишком изменилась, и он продолжит сотрудничать с Россией.

Положительные оценки действий России дают и в КНР. Китайский телеканал CCTV считает, что «Россия выполнила свои заявленные цели в Сирии: поддержала сирийские правительственные войска и поспособствовала мирному процессу, так что сейчас «самое время» покинуть регион. В то же время решение о выводе войск с сирийской территории «демонстрирует желание России улучшить отношения с западными странами. Москва надеется, что, отступив в своей военной операции в Сирии, взамен она получит прогресс в отношениях с Западом».

Однако, по мнению CCTV, «вывод российских войск не является «отступлением: с помощью военного пункта, который Россия за собой сохранила, она обеспечила дальнейшее присутствие своей военной мощи на сирийской территории, так что в будущем в зависимости от ситуации сможет в любое время вынести решение о возвращении в Сирию». [9.]

Естественно высокую оценку дает и президент Сирии. «Политическая и военная поддержка Сирии со стороны в первую очередь России и Ирана поспособствовала укреплению стойкости сирийцев в их борьбе с терроризмом» – такое заявление, как сообщает AI Manar, сделал сирийский президент Башар Асад в ходе встречи с главой стратегического совета по внешним связям Ирана Камалем Харрази.

Президент Сирии выразил уверенность, что победа сирийского народа и их союзников в войне с терроризмом внесет свой вклад в установление более сбалансированного и более справедливого мира. По словам Асада, такой мир противостал бы попыткам «империалистического Запада и его агентов в регионе» навязать свою волю, которая идет наперекор интересам народов этого самого региона. Эти народы, как подчеркнул сирийский лидер, выступают за свой суверенитет и за право на самоопределение.

Как бы не относились зарубежные аналитики к России и к ее президенту лично, основная мысль их комментариев: «Путин удивил всех». Все пытаются дать ответ на вопрос: «Во что играет российский президент?» и признают, что «Путин одержал очередную победу».

Список литературы:

1. CNN: Россия не принесла Сирии демократию, но улучшила свой имидж // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/cnn-rossiya-ne-prinesla-sirii-demokratiyu-no-uluchshila-svoy-imidzh.html

2. Отвод войск из Сирии означает, что Путин что-то замышляет // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/eks-postpred-ssha-otvod-voysk-iz-sirii-oznachaet-chto-putin-chto-to-zamyshlyaet.html

3. В Сирии Путин поступил «чудовищно», но добился своего малой кровью // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/lat-v-sirii-putin-postupil-chudovischno-no-dobilsya-svoego-maloy-krovyu.html

4. Путин вылез из сирийской «трясины» и вновь переиграл Обаму // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/sunday-times-putin-vylez-iz-siriyskoy-tryasiny-i-vnov-pereigral-obamu.html

5. Вывод войск сделал Москву незаменимой в решении будущего Сирии // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/les-echos-vyvod-voysk-sdelal-moskvu-nezamenimoy-v-reshenii-buduschego-sirii.html

6. Путин готовит Турции затяжную и кровавую войну // http://inosmi.info/newsweek-putin-gotovit-turtsii-zatyazhnuyu-i-krovavuyu-voynu.html

7. Путин сказал, Путин сделал // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/fox-news-putin-skazal-putin-sdelal.html

8. В Сирии Путин успешно использовал опыт США в Афганистане и Ираке // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/cnn-v-sirii-putin-uspeshno-ispolzoval-opyt-ssha-v-afganistane-i-irake.html

9. Уходом из Сирии Россия удивила и переиграла Запад // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/mirovye-smi-ukhodom-iz-sirii-rossiya-udivila-i-pereigrala-zapad.html

10. Россия и Иран укрепили стойкость сирийцев в борьбе с терроризмом // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.info/asad-rossiya-i-iran-ukrepili-stoykost-siriytsev-v-borbe-s-terrorizmom.html

ГАЗОПРОВОД «СЕВЕРНЫЙ ПОТОК-2»: ПОЛИТИКА ПРОТИВ ЭКОНОМИКИ

Тупицина К.В.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Соглашение акционеров по проекту «Северный поток-2», подразумевающему расширение «Северного потока», было подписано в начале сентября 2015 г. на Восточном экономическом форуме во Владивостоке. В состав нового консорциума вошли «Газпром», E.ON, Shell, BASF/Wintershall, OMV и Engie. Газопровод общей мощностью 55 миллиардов кубометров в год планируется проложить по дну Балтийского моря от российского побережья до Германии.

Против нового газопровода тут же начались политические интриги.

Девять стран ЕС потребовали внести вопрос о реализации проекта трубопровода в повестку дня декабрьского саммита ЕС 2015 г. Однако председатель Еврокомиссии Жан-Клод Юнкер высказался категорически против того, чтобы рассматривать проект»Северный поток-2» как политический. По мнению Юнкера это чисто коммерческое предприятие и оценивать его нужно только на соответствие правилам ЕС.

Киев, в свою очередь, призвал Брюссель не допустить строительства газопровода. Накануне проект трубопровода подверг критике президент США Барак Обама. Он заявил, что «Северный поток-2» создаст серьезные проблемы для Украины, а именно, лишит ее 2 миллиардов долларов ежегодно в условиях сложной финансовой ситуации. [1.]

Строительство газопровода «Северный поток 2» противоречит интересам Евросоюза и должно быть отменено. С таким заявлением 7 декабря 2015 выступил премьер-министр Украины Арсений Яценюк. По мнению Яценюка, трубопровод оставляет Украину, Польшу и Словакию «без миллиардов долларов доходов», а также ставит Европу в зависимость от «Газпрома».

«Мы обращаемся к нашим европейским партнерам, чтобы проект «Северный поток 2» прошел самую жесткую инспекцию. И мы считаем, что данный проект должен быть заблокирован, поскольку не отвечает интересам ни ЕС, ни Украины», — сказал премьер-министр Украины. [2.]

В декабре 2015 г. Антимонопольное ведомство ФРГ (одобрило покупку европейскими партнерами «Газпрома» долей в проектной компании «Северный поток 2». Об этом говорится в сообщении регулятора. Решение, принятое 18 декабря, разрешает приобрести 10-% доли в проекте строительства газопровода компаниям E.ON, Shell, BASF/Wintershall, OMV и Engie. [3.]

И уже в начале января 2016 г. Глава «Нафтогаза Украины» Андрей Коболев заявил в эфире украинского «Пятого канала», что «Строительство газопровода «Северный поток-2» связано с доверием Европы к транзиту через Украину, допустить реализацию данного проекта нельзя».

Глава «Нафтогаза» признал, что запуск первой очереди «Северного потока» резко сократил объемы транзита российского газа через Украину, в связи с чем «нельзя допустить запуска второй очереди». [4.]

Однако проект сулит значительную выгоду, от которой европейские компании не спешат отказываться. Итальянская Saipem, французская Technip, швейцарская Allseas и голландская Royal IHC претендуют на участие в тендере «Газпрома» по строительству газопровода «Северный поток-2». Стоимость контракта на строительство двух ниток газопровода протяженностью 2,5 тысячи километров превысит 4 миллиарда долларов. [5.]

При том, что пять иностранных партнеров консорциума получили по 10 % в совместном предприятии, «Газпром» оставил себе 50 процентов. В начале декабря 2015 г. в «Газпроме» сообщили, что ввод в эксплуатацию нового газопровода запланирован на четвертый квартал 2019 г.

Вице-канцлер ФРГ Зигмар Габриэль отметил, что Германия заинтересована в строительстве газопровода «Северный поток-2». Он подчеркивал, что проект может стать экономически выгодным не только для Германии, но и для Франции и других стран-членов Евросоюза. [6.]

Продолжается спор о юрисдикции газопровода.

В ЕК отметили, на морскую часть газопровода распространяется территориальная юрисдикция Финляндии, Швеции, Дании и Германии. 5 февраля еврокомиссар по энергетике Мигель Ариас Каньете заявил, что власти Евросоюза начали оценку морской части «Северного потока-2».

В то же время, официальный представитель «Газпрома» Сергей Куприянов заявлял что «Северный поток-2» не подпадет под действие Третьего энергопакета, потому что наземной части у него отсутствует и пройдет по дну моря.

Постоянный представитель России при ЕС Владимир Чижов отметил, что «Речь идет о газопроводе, который начинается за пределами ЕС и оканчивается в некоей точке «икс» на территории ЕС». [7.]

Германия недовольна попытками Белого дома повлиять на строительство газопровода. Берлин хочет решать вопрос «Северного потока-2» самостоятельно. В тоже время Брюссель, Варшава и Вашингтон опасаются того, что газопровод позволит Москве влиять на поставки газа в Центральную Европу без ущерба для немецкого рынка. В случае реализации проекта доля «Газпрома» на рынке Германии вырастет до 60%.

Общеевропейские власти пытаются найти правовые рычаги для остановки второго «Северного потока», но это будет трудно сделать. Генеральный директорат Еврокомиссии по энергетике пришел к выводу, что проект целиком подпадает под регулирование ЕС. В тоже время правовой корпус Еврокомиссии пришел к выводу, что правила регулирования энергетического рынка ЕС не применимы к проекту. [8.]

Спор о газопроводе выходит далеко за рамки экономики.

Контроль над ресурсами фактически обеспечивает контроль над странами и континентами. Путей доставки российского газа в Европу теоретически может быть три.

1. Газотранспортная система Украины. Ее контролируют США.

2. «Северный поток» - газопровод, ведущий прямо из России в Германию. США его не контролируют

3. «Южный поток» - газопровод, идущий в страны Европы в обход Украины с юга. США заблокировали его строительство, когда Болгария «вдруг» не дала разрешение на прокладку трубы.

Над «Северным потокм-2» контроля у США нет. По геополитическим причинам США не хотят допустить строительства «Северного потока-2». Это для них грозит потерей не только контроля над Украиной, но и частичной потерей контроля над Европой. [9.]

Заставят ли США Германию отказаться от строительства выгодного для неё газопровода? Зигмар Габриэль неожиданно заявил, что Германия не даст согласия на строительство газопровода «Северный поток-2», если газ не будет гарантирован странам Восточной Европы. Габриэль призвал серьезно отнестись к озабоченности Польши относительно строительства газопровода.

Хотя большинству транзитных стран беспокоиться в данном случае не о чем. Польшу будущее изменение транзита газовых потоков практически никак не задевает. Поляки получают газ по трубопроводу «Ямал-Европа». При желании они могли бы подключиться и к «Северному потоку-1». [10.]

Фактически ЕК выступает против проекта «Северный поток-2», в то время как Берлин и Вена его поддерживают. Расширение газопровода и прекращение транзита через политически нестабильную Украину позволило бы Германии обезопасить поставки из России. Проект интересен и немецкому бизнесу. О заинтересованности Австрии в реализации «Северного потока-2» говорил и вице-канцлер Австрии Р. Миттерленер. [11.]

Проект газопровода невозможно остановить политическим решением Берлина, так как в отличие от России в Германии нет «ручного управления» экономикой. При этом даже если «Северный поток-2» не будет создан, россияне сохранят влияние в Германии благодаря сделке Газпрома с компанией BASF и покупке важных немецких активов в сфере хранения и продажи газа. Конечно, соединение этой инфраструктуры с газопроводом было бы оптимальным решением, но с точки зрения российских интересов без этого можно обойтись. [12.]

Тем временем Российская сторона уже начала готовиться к строительству «Северного потока – 2». Глава Газпрома Алексей Миллер подтвердил, что строительство газопровода будет реализовано в срок, то есть к 2019 году, когда истекает транзитный контракт между Москвой и Киевом. По словам Миллера трубоукладочные работы начнутся в начале 2018 года.

После 2019 г. российская сторона не станет продлевать транзитный контракт с Киевом. После ввода в эксплуатацию вторая ветка «Северного потока», Германия станет ключевым транзитёром топлива из РФ в ЕС. Реализация «Северного потока – 2» позволит России ввести на рынок мощности, которые закладывались в «Южный поток». Пропускная способность в 55 миллиардов кубометров в год в целом перекрывает транзит через Украину и сводит зависимость от её транзита к нулю. [13.]

«Северный поток-2» будет поставлять дополнительные объемы газа, которые помогут решить проблему снижения внутренней добычи в ЕС. При этом дополнительные объемы будут доставлены непосредственно на внутренний рынок ЕС и наиболее экономичным образом.

Министр экономического развития России А. Улюкаев заявил, что отказ Европейского союза от «Северного потока – 2» был бы «выстрелом в ногу», потому что проект направлен в первую очередь на энергобезопасность Европы. [14.]

Евросоюз как приверженный рыночным отношением, в случае с «Северным потоком-2», почему упорно препятствует невидимой руке рынка, и не позволяет ей самой все расставить на свои

места. Причем, похоже, что еврочиновниками не принимается во внимание ни экономическая выгода, ни энергобезопасность.

Список литературы:

1. Восточная Европа раскритиковала «Северный поток-2» // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/11/30/nordstream.

2. Яценюк потребовал от ЕС заблокировать «Северный поток 2» // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/12/07/northstream2ban.

3. Германия одобрила покупку европейскими компаниями долей в «Северном потоке 2» // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2015/12/22/nordstream2.

4. На Украине увязали строительство «Северного потока-2» с доверием Евросоюза// [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/01/05/kobolev.

5. «Коммерсантъ» узнал возможных подрядчиков строительства «Северного потока-2»// [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/01/13/northstream.

6. В Германии назвали условие согласия на строительство «Северного потока-2» // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/01/29/nordstream.

7. Еврокомиссия признала «Северный поток-2» подпадающим под Третий энергопакет // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/02/05/nordstream2.

8. США напуганы и пытаются остановить «Северный поток-2» // [Электронный ресурс] URL: http://ria.ru/world/20160215/1374671288.html#14585787056524&message=resize&relto=login&action=removeClass&value=registration

9. Стариков Н. Как «Северный поток – 2» перекраивает геополитическую карту Европы // [Электронный ресурс] URL: http://www.izborsk-club.ru/content/articles/7076.

10. Алексей Верхоянцев «Северный поток-2» — немцы дрогнули? // [Электронный ресурс] URL: http://svpressa.ru/politic/article/141280.

11. Ольга Соловьева Еврокомиссия решает судьбу «Северного потока-2» // [Электронный ресурс] URL: http://www.ng.ru/economics/2016-02-15/1_nordstrread.html.

12. «Северный поток-2» вызывает в немецком руководстве ощущение бессилия // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.ru/economic/20160214/235365683.html.

13. Обход Украины. Чем закончится противостояние с ЕС по «Северному потоку – 2» // [Электронный ресурс] URL: http://www.aif.ru/money/economy/obhod_ukrainy_chem_zakonchitsya_protivostoyanie_s_es_po_severnomu_potoku_2.

14. Оператор «Северного потока – 2» указал на заблуждения авторов письма в ЕК // [Электронный ресурс] URL: http://www.vz.ru/news/2016/3/21/800795.html.

ХОЛОДНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА

Алябьева А.Д.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В США разворачивается настоящая артподготовка к длительной информационной войне с «Российской пропагандой».

«Реорганизация и интенсификация международного пропагандистского аппарата России» заставила Соединенные Штаты задуматься о реформировании собственной системы государственных СМИ, вещающих на внешнюю аудиторию, таких как «Голос Америки» и «Радио Свобода». Гай Тейлор, один из авторов инициативы призвал вернуть регулирование отрасли к стандартам эпохи Рейгана, а руководство этих организаций сопротивляется попыткам конгрессменов изменить структуру управления экспортными СМИ.

Член Конгресса США, председатель Комитета палаты представителей по международным делам республиканец Эдвард Ройс считает, что «Россия ведет «продуманное медийное наступление», которому США «не дают эффективного отпора». Управленческую структуру Совета он считает «чрезмерно раздутой и неорганизованной».

«Во время холодной войны «Голос Америки», «Радио Свободная Европа» и другие вещатели, действовавшие при поддержке США, были золотым стандартом распространения честных, нетенденциозных новостей по всему миру. Сегодня потребность в такой информации ничуть не меньше». Такое мнение разделяют в Восточной Европе. Министр иностранных дел Литвы Линас Линкевичус в интервью корреспонденту сказал: «Идет информационная война, и мы ее проигрываем». По его оценке, 60% доступных на территории Литвы кабельных телеканалов

отражают точку зрения Москвы. Линкевичус отметил, что контент американских вещателей в Восточной Европе распространяется в первую очередь через интернет, а не по радиоволнам.

Тейлор сравнивает данные о расходах на зарубежное вещание в США и России. В 2015 г. американский Совет управляющих по вопросам вещания выделил подопечным СМИ, которые вещают на русском языке, 23,2 млн. долларов (это на 49% больше, чем годом ранее). В заявку на 2016 г. по этой статье было заложено дальнейшее увеличение бюджета на 15,4 млн. долларов. [1.]

В оправдание необходимости возрождения пропаганды времен Холодной войны приводятся самые разные доводы. Как правило, инициатива развязывания нового противостояния приписывается традиционному противнику.

Мэтью Лаксмур корреспондент The New Republic с тревого информирут читателя: «В книжных магазинах по всей России появилось множество новых произведений, «обрушивающихся на американский империализм, развенчивающих антироссийские исторические мифы, которые якобы распространяет Запад, и оправдывающих «возвращение домой» Крыма».

Также автор отметил книжные новинки санкт-петербургского издательства «Питер» под следующими заголовками: «Хаос и революция: оружие доллара», «Спасение доллара - война» и «Разруха в головах: информационная война против России».

В секции «Политика» почетное место отдано тому «Евразийский реванш России» - новой книге Александра Дугина, «радикального прокремлевского философа, который ратует за восстановление Российской империи».

«В центре секции «История России» в «Московском доме книги» - серия «Мифы о России» - собрание книжных новинок этого года, выдвигающих новый нарратив о российской истории, куда были добавлены и события 2014 г.». Эти книги объединяет возрождение интереса к фигурам российского прошлого, среди которых Иосиф Сталин. [2.]

Об информационной войне, «которую Россия, по некоторым данным, ведет в Германии» заявил глава Федерального ведомства по охране конституции Ханс-Георг Маассен. По мнению чиновника «российские спецслужбы не только занимаются поиском информации, но и пытаются влиять на общественное мнение в Германии». [3.]

Добавляют темных красок в мрачную картину международных отношений и сторонники продолжения военного противостояния.

Генсек НАТО Расмуссен заявил корреспондентам шести европейских газет: «Мы должны взглянуть в лицо факту, что Россия не считает НАТО партнером» и пояснил, что «НАТО планирует создать базы в Восточной Европе как противовес российской угрозе». «Думаю, Россия знает, что напасть на страну-члена НАТО значило бы переступить грань дозволенного. В этом главная ценность альянса», - отметил Генсек НАТО. [4.]

При этом агрессивность старательно приписывается России. «Со времен аннексии Крыма военная составляющая стала особенно заметной в российской пропаганде, - рассказывает Die Welt. - В последние недели, к примеру, на смену сюжетам с украинского фронта пришла Сирия, а именно - российские авиаудары».

В то время, как репортажи с Донбасса показывали, прежде всего, разрушенные дома и отчаявшихся людей, кадры из Сирии, напротив, сняты с высоты, и зрители видят только взрывы и дым, а также слышат, как голос за кадром рассказывает им о том, что только что с хирургической точностью были уничтожены тренировочные лагеря и склады боеприпасов, принадлежащие террористам, отмечает издание. В свою очередь, о российских бомбах, падающих на жилые кварталы, ничего не сообщается.

«Таким образом, публике навязывается картинка чистой, высокотехнологичной войны, в которой российская армия действует корректно и не несет потерь. (...) А российские военнослужащие в Сирии живут в комнатах с кондиционерами, имеют возможность ходить в сауну и едят борщ и свежий хлеб». [5.]

России всячески приписывается коварство. «То, что Россия выступила за новые выборы в Сирии, - самый наглый из ее трюков», - пишет в New York Post бывший посол США в ООН Джон Болтон. «Путин предлагает «сотрудничество» в расчете на ослабление западного сопротивления растущему российскому влиянию на Ближнем Востоке и за его пределами. Признак крепнущей уверенности России он усматривает, например, в косвенно выраженной угрозе повредить подводные коммуникационные кабели в случае войны».

«Конечно, противники Путина, понимающие его стратегию, а также готовые и способные защищать собственные жизненно важные интересы, могли бы использовать слабости его внутриполитического положения. Однако несколько недавних совершенно детских комментариев

показывают, что президент Обама не понимает, к чему стремится Путин, и не намерен этому противостоять», - сетует Болтон, прогнозируя, что «и Сирии, и по всему Ближнему Востоку Путин будет действовать без контроля со стороны Америки вближайшие 15 месяцев». [6.]

Евро-сателлиты старательно подыгрывают своим патронам.

Министр иностранных дел Литвы Линас Линкявичюс отметил, что «Москва ведет мощную пропагандистскую войну с Литвой и другими бывшими государствами СССР и что НАТО не отвечает на это эффективным и адекватно финансируемым вещанием. Вашингтон и ЕС должны опасаться того, что Москва гораздо более эффективно доносит свой месседж до миллионов граждан бывшего Советского Союза, господствуя в медиа-сфере благодаря государственным и пророссийским новостным и развлекательным программам».

«Целых 60% телевизионных кабельных каналов, доступных в Литве, отметил Линкявичюс, - это русскоязычные программы, отражающие политику и точку зрения Москвы, несмотря на тот факт, что только около 12% населения страны в 2,8 млн. человек говорит по-русски». «Это информационная война, и мы ее проигрываем», - заключил Линкявичюс. [7.]

Нагнетается страх перед мощью российской пропаганды. Корреспондент Frankfurter Allgemeine И. Маннтойфель пугает читателя: «Наряду с официальными СМИ «российский пропагандистский аппарат очень умело использует интернет». «Например, какой-либо относительно неизвестный информационный сайт или блог публикует какую-либо новость, затем ее публикуют другие сомнительные веб-сайты. И уже потом подключается одно из известных российских средств массовой информации, ссылаясь при этом на «источник». При этом вопрос о правдивости факта не играет никакой роли», - рассказывает Маннтойфель, напоминая о том, что фейковая история о якобы похищенной и изнасилованной берлинской девочке попала в интернет именно с сомнительного сайта и лишь потом о ней начало рассказывать российское ТВ. Его же смотрят российские немцы, которых с помощью инсценированных призывов в социальных сетях и по sms призывали выходить на демонстрации».

Официальные СМИ и связанные с ним «серые прокремлевские источники» - лишь часть российского пропагандистского аппарата. Третья, скрытая его часть включает в себя создание фейковых историй и интернет-мемов, т.е. веселых картинок и видео, которые затем распространяются по соцсетям. Для придания эффекта достоверности порой создаются целые псевдоновостные веб-сайты или же статьи в «Википедии», утверждает корреспондент. [8.]

Бывший директор «Голоса Америки» Дэвид Энсор задается вопросом о том, «Какая роль подобает США в новом мире информационной войны, когда террористы вербуют сторонников по интернету, а президент Путин превращает «новости» на своем пропагандистском ТВ в оружие?».

«Аудитория «Голоса Америки» за последние четыре года выросла с 134 млн. человек до почти 188 млн, материалы предлагаются более чем на 45 языках», - сообщает экс-директор. «В мире, где вещательные компании типа Russia Today проталкивают полуправду, предвзято поданную информацию и дезинформацию, стала как никогда важна журналистика, которая исповедует старомодные ценности - объективность и сбалансированность».

При этом Дэвид Энсор никак не может определиться с оценкой влияния «вражеских голосов».

«RT утверждает, что его аудитория в мире - 630 млн. человек в 100 странах, но это утверждение ложно. Российская сторона использует для замеров популярности RT показатель «доступ к потенциальной аудитории», а не реальное число зрителей, которое у канала намного ниже. Например, в США RT даже не имеет «рейтинга Нильсена». Это значит, что, хотя канал доступен во многих кабельных системах, не набралось даже 30 тыс. американских домохозяйств, где бы его смотрели ежедневно. В Британии в мае 2013 г. RT занимал 175-е место среди 278 каналов и имел примерно 120 тыс. зрителей в день. По мере того как освещение RT российского вторжения в Крым и на Восточную Украину (или, как они это именовали, «освобождения») становилось все более однобоким и навязчивым, этот показатель еще более сократился. Несомненно, на других рынках у RT аудитория немного больше, но по сравнению с «Всемирной службой BBC», чья глобальная аудитория - более 300 млн. человек, его область влияния и воздействие явно мизерны», - говорится в статье. [9.]

Стремление снять с себя ответственность за возобновление информационной войны и свалить все на коварные происки Москвы, мешают и рядовым и командующим информационных отрядов понять, что лучшая пропаганда - а это правда.

Список литературы:

1. Г. Тейлор Пропагандистская машина России постепенно захватывает США // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/28Dec2015/washtimes/smi_us.html.

2. М. Лаксмур Российские издательства штампуют ревизионистские истории // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/20Nov2014/tnr/book.html.

3. У. Клаус Агенты Путина нацелились на немецкое общественное мнение // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/13Jun2014/welt/putin1.html.

4. Фог Расмуссен поделился планами НАТО в Восточной Европе // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/27Aug2014/inopressa/nato_rus.html.

5. Ю. Смирнова Российская пропаганда наслаждается войной в Сирии // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/19Oct2015/welt/propaganda.html.

6. Д. Болтон Обама только что купился на классическую русскую уловку // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/27Oct2015/nypost/bolton.html

7. Министр иностранных дел Литвы: российская пропаганда заполняет вакуум, оставленный Западом // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/09Dec2015/washtimes/lithuanian.html

8. И. Маннтойфель У Путина есть подход к каждому // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/02Mar2016/faz/propaganda.html.

9. Д. Энсор Как Вашингтон может победить в информационной войне // [Электронный ресурс] URL: http://inopressa.ru/article/15Dec2015/foreignpolicy/tv.html.

КУРДСКИЙ ВОПРОС - ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Долженко А.А.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Конфликт в Сирии предельно обострил так называемый «курдский вопрос». Общая численность курдов составляет 35 миллионов. После арабов, турок и персов это четвертая по величине нация на Ближнем Востоке. Площадь Курдистана составляет 500 тыс. квадратных километров. Фактически это не проблема национального меньшинства, а вопрос разделенной нации.

«Самая большая часть Курдистана находится в границах Турции, далее по убыванию следуют Иранский, Иракский и Сирийский Курдистан, 80–90% в которых составляют курды. Примерно 300 тыс. курдов проживают в республиках бывшего СССР». [1.]

«Иракские курды еще в 1970 г. добились от режима Саддама номинального признания автономии Курдистана, но соглашение фактически не было реализовано, а сам Курдистан «арабизирован». В 1992 г. после изгнания Саддама из Кувейта, власть Багдада над севером страны была урезана. Автономия обрела все черты независимости. На неформальном референдуме, прошедшем в 2005 г., 98% курдов высказались за полную независимость».

«Курды в Ираке насчитывают 7 млн. человек, это около 20% жителей страны. Если брать общую численность курдского населения в регионе, то 40% (16 млн.) проживают в Турции, 23% – в Иране (11 млн.), 15% – в Ираке и 4,5% (1,5 млн.) – в Сирии. Во всех этих странах курды ведут борьбу, иной раз принимающую вооруженные формы, за признание своих национальных прав». [2.]

Войны в Ираке и Сирии усилили позиции курдов. В Ираке у шиитского правительства в Багдаде и у автономии курдов один общий враг – «Исламское государство» (ИГ – запрещенная в РФ организация).

«Демократическая партия Курдистана (ДПК) в настоящее время фактически является правящей партией государственного образования курдов в Ираке, а ее председатель Масуд Барзани избран президентом этого пока еще квазигосударства. В сложнейшей политической обстановке иракские курды сумели отстоять свою автономию, создали многочисленное ополчение (пешмерга), которое очень эффективно борется с ИГ. Ополчение иракских курдов в настоящее время насчитывает около 200 тыс. бойцов, на его вооружении стоит большой парк ствольной и реактивной артиллерии, около 500 танков, «противотанковые средства, средства ПВО, есть вертолеты в основном транспортные».

В Ираке и Сирии усилилось межконфессиональное противостояние мусульман. «С одной стороны, это сирийские и иракские сунниты, за спиной которых стоят страны Персидского залива (во главе с Саудовской Аравией), и Турция. С другой – иракские шииты и сирийские алавиты, которые получают поддержку Ирана, шиитов Афганистана и Ливана (в лице «Хезболлы»)».

Курды в этой войне, стоят отдельным лагерем, и в их лагере полного единодушия нет. «ДПК сотрудничает с Турцией и дистанцируется от Рабочей партии Курдистана (РПК). Основу ополчения Сирийского Курдистана составляет 65-тысячная сирийская демократическая армия, но рядом с ней действует самостоятельно пешмерга сирийского происхождения».

«Запад занимает достаточно противоречивую, позицию в этом регионе. По утверждению Бабакра, в Ираке коалиция США и их союзников выступает в одной команде с шиитами против суннитов, а в Сирии фактически противостоит шиитам и оказывает поддержку суннитам (за исключением ИГ и «Джебхад ан-Нусры»). Россия, судя по ее действиям, поддерживает шиитскую партию в этой геополитической игре». [3.]

«Понятно, что Анкара никак не хочет рождения независимого Курдистана. В последнее время Турция осуществляет серьезные военные приготовления на границе с Ираком. США не против независимости Иракского Курдистана, но вряд ли заинтересованы в том, чтобы сепаратистские тенденции распространились бы и на Турецкий Курдистан. С другой стороны, курды – главная опора американцев в Ираке». [4.]

Власти Турции занимают жесткую позицию. Они всячески стараются дискредитировать курдов и стремятся использовать любой повод, чтобы перейти в наступление на их города и поселки.

«В последнее время в турецких СМИ все чаще звучат сообщения о причастности к кровавым терактам в Турции организации «Ястребы свободы Курдистана» (ТАК). Якобы она была создана группой радикально настроенных курдских активистов, отколовшейся в начале 2000-х годов от Рабочей партии Курдистана (РПК). Турецкие власти считают ТАК террористической группировкой, молодежным, экстремистским крылом РПК. В силу этого Анкара не делает между РПК и ТАК никаких различий, однако сами «ястребы» и представители РПК отрицают какую-либо связь между собой».

«Обращает на себя внимание то, что теракты боевиков ТАК происходят именно в те моменты, когда это выгодно властям. Кто бы ни стоял за действиями «ястребов Курдистана», объективно эта террористическая группировка используется во вред курдскому национальному движению и сводит на нет многие достижения курдов в борьбе за свои национальные права и свободы». [5.]

США делают вид, что не замечают притеснений курдов со стороны Турции.

Официальный представитель госдепартамента США Джон Кирби, отвечая на вопрос, «поддерживает ли Вашингтон призыв к Совету по правам человека ООН расследовать данные о массовых убийствах курдов на территории Турции, заявил, что не собирается комментировать догадки». [6.]

Напротив уполномоченный МИД России по правам человека, демократии и верховенства права К. Долгов заявил генеральному директору по вопросам демократии Совета Европы С. Самарджич-Маркович о своей «негативной оценке ситуации с обеспечением прав человека в Турции, в том числе курдов». Представитель Национального конгресса Курдистана в Москве С. Соро заявил, что «Анкара действует против курдов жестко и на юго-востоке Турции, и в Сирии, так как курдское население помешало неоосманским планам президента Турции Т. Эрдогана».

Ранее председатель Совета национально-культурной автономии курдов Ф. Патиев сообщил, что «объявившие о создании «федеративного региона» на севере Сирии курды избрали исполнительный орган, в его состав вошел 31 человек. [7.]

Глава представительства сирийского Курдистана в Москве Роди Осман связал объявление о федерализации тем, что курдов не пригласили на переговоры в Женеву. «Будущее Сирии и сирийского общества решается без курдов. В той связи мы видим один выход – провозгласить создание федерации. Это будет отвечать интересам не только курдов, но и арабов, турок, ассирийцев, чеченцев, туркменов – всех элементов многонационального общества Сирии». Курдский политик особенно подчеркнул, что речи о выходе из состава страны не идет. «Речь об отсоединении сирийского Курдистана от Сирии не идет. Мы остаемся в ее составе, но провозглашаем федерацию». [8.]

«Дамаск назвал незаконным объявление сирийскими курдами федеративной системы управления на севере Сирии. Сирийская Национальная коалиция оппозиционных и революционных сил также не поддержала объявление курдами федеративного района». Президент Сирии Б. Асад выступает против федерализации, потому что «Сирия, для этого является слишком маленькой страной». [9.]

Более далеко идущие планы у иракских курдов. Пресс-секретарь президента Иракского Курдистана сообщил, что «Барзани продолжает настаивать на проведении референдума о независимости от Ирака и планирует провести референдум в текущем году».

При этом было подчеркнуто, что президент «Барзани предпринимает попытки для провозглашения курдской независимости всю его жизнь, и будет продолжать борьбу за высшую цель, не спрашивая разрешения ни у какой стороны». [10.]

В пользу появления в регионе нового государства высказался ряд израильских политиков.

«Израиль поддержит создание независимого курдского государства», считает израильский заместитель министра регионального сотрудничества. А. Кара высказался о том, что «регион с более чем 40-миллионным населением, безусловно, заслуживает того, чтобы иметь свою собственную страну». Министр обороны Израиля М. Яалон выразил уверенность, что «создание независимого государства Курдистан стабилизирует Ближний Восток». До этого, министр юстиции Израиля А. Шакед также заявила о поддержке создания независимого курдского государства, подчеркнув, что Израиль должен укреплять связи с курдами, поскольку они являются древним народом и представляют демократический регион. [11.]

США выступают против создания в Сирии автономных образований, в том числе на севере страны, населенном курдами. Учредительный съезд региональной курдско-арабской администрации северной Сирии открылся 17 марта с.г. в северо-восточной провинции Хасеке. Представитель Сирийского Курдистана И. Наасан заявил, что результатом форума должно стать введение федеративной системы управления на территориях, контролируемых «Силами демократической Сирии».

«Обособления курдов не хотят ни Дамаск, ни оппозиция. Связано это с историческим неприятием курдов и арабов независимо от конфессиональной принадлежности». [12.]

Российская официальная позиция достаточно гибка. Глава МИД России Сергей Лавров заявил, что «Москва поддержит федерализацию Сирии, если за это выскажется народ арабской республики».

Более того, недавно российскими официальными лицами сообщалось, что «близкие к переговорам по урегулированию сирийского конфликта силы рассматривают возможность федерализации Сирии». При этом замминистра иностранных дел России Сергей Рябков заявил, что «конкретные модели политического устройства Сирии в будущем, которые будут исходить из сохранения ее целостности, в том числе возможность федерализации, должны вырабатываться в ходе межсирийских переговоров». [8.]

Как бы то ни было, можно констатировать, что «курдский вопрос» как никогда близок к решению. Курдские ополченцы с оружием в руках в сражениях с ИГ доказали свое право на самостоятельность. В виде – автономии или в виде государства – будет ясно в ближайшее время.

Список литературы:

1. Буркай К. Курдский вопрос - история и современность/К Буркай // [Электронный ресурс] URL: http://www.aha.ru/~said/kamal.htm

2. Тыссовский Ю. Курдистан: вулкан клокочущей лавы /Ю. Тыссовский // [Электронный ресурс] URL: http://www.politjournal.ru/index.php?action=Articles&issue=190&tek=6767&dirid=40

3. Шарковский А. Курды бьются за мечту /А. Шарковский // [Электронный ресурс] URL: http://kurdistan.ru/2016/02/20/articles-25936_Kurdy_byutsya_za_mec.html

4. Герасимов В. Появится ли на карте мира Курдистан? /В. Герасимов // [Электронный ресурс] URL: http://www.islamnews.ru/news-8256.html.

5. Иванов С. За что воюют «ястребы Курдистана»? /С. Иванов // [Электронный ресурс] URL: http://kurdistan.ru/2016/03/23/articles-26128_Za_chto_voyuyut_yas.html

6. В Госдепе назвали гипотезой видеоматериалы о массовых жертвах среди курдов в Турции http://vz.ru/news/2016/3/22/800845.html.

7. Россия дала негативную оценку ситуации с правами человека в Турции // [Электронный ресурс] URL: http://vz.ru/news/2016/3/23/801179.html.

8. Ю. Богданов, А. Резчиков Появление курдской федерации в Сирии поможет справиться с кризисом // [Электронный ресурс] URL: http://www.vz.ru/world/2016/3/17/799886.html

9. Асад счел Сирию слишком маленькой для федерализации // [Электронный ресурс] URL: http://www.vz.ru/news/2016/3/27/801901.html

10. Барзани не нуждается в разрешении на референдум по курдской независимости // [Электронный ресурс] URL: http://kurdistan.ru/2016/03/26/news-26150_Barzani_ne_nuzhdaets.html

11. Израиль вновь заявляет о поддержке курдской независимости // [Электронный ресурс] URL: http://kurdistan.ru/2016/03/24/news-26138_Izrail_vnov_zayavlyaet_o_podderzhke_kurdskoy_nezavisimosti.html

12. Сатановский Е. Вывод российской группировки позволит проверить Дамаск на степень политической зрелости/ Е. // [Электронный ресурс] URL: http://vpk-news.ru/articles/29835

МИНСКИЕ СОГЛАШЕНИЯ – ПУТЬ К РЕШЕНИЮ КОНФЛИКТА НА ЮГО-ВОСТОКЕ УКРАИНЫ ИЛИ ПОДГОТОВКА К ЕГО ВОЗОБНОВЛЕНИЮ?

Краснов В.Е.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Датой начала конфликта на юго-востоке Украины считается 7 апреля 2014 г. «Сначала противостояние повстанцев и украинских силовиков ограничивалось периодическими стычками с использованием стрелкового оружия. Постепенно украинская вооруженная группировка была усилена бронетехникой и вертолётами, начались артиллерийские обстрелы. К августу 2014 г. украинских силовиков почти окружили Донецк и Луганск. Но в середине в ходе контрнаступления повстанцев в «котлы» попало несколько тысяч украинских военных. В начале сентября 2014 года было заключено соглашение о перемирии, но на отдельных направлениях столкновения и обстрелы продолжались. С января 2015 года возобновились активные боевые действия и к началу февраля 2015 г. повстанцам удалось достичь значительных успехов. На переговорах 11–12 февраля был согласован новый комплекс мер по выполнению сентябрьского соглашения о перемирии». [1.]

«По итогам переговоров лидерами Украины, Германии, Франции и РФ был подписан документ о мерах, направленных на имплементацию минских договоренностей (Минск-2). С 1 сентября 2015 года на Донбассе вступило в силу очередное перемирие. В конце сентября было подписано соглашение об отводе вооружений калибром менее 100 миллиметров и танков от линии соприкосновения». [2.]

Что общего и в чем отличия минских договоренностей? Какие перспективы имеют эти новые договоренности и в чем их суть?

Общее в том, что «Сохранились требования об отводе вооружений и контроле ОБСЕ, а также о выводе иностранных войск и разоружении незаконных группировок». Отличие Минске-2 в том что «момент, когда Украина сможет вернуть под контроль границу, отодвинут до завершения всеобъемлющего политического урегулирования. Когда это случится, не знает никто». Кроме того в новом соглашении «изменены принципы децентрализации и конституционной реформы. В Минске-1 предусматривался временный закон, который принимался украинским парламентом и им же отменялся одним голосованием. В Минске-2 указано, что поправки к конституции должны готовиться Украиной совместно с представителями ДНР и ЛНР. Статус линии разграничения стал более размыт». [3.]

По оценке экспертов снятые обязательства, имевшиеся в Минске-1 и отсутствующие в Минске-2, относятся к обязательствам де-факто властей ДНР и ЛНР. «Новые обязательства (отсутствовавшие в Минске-1 и появившиеся в Минске-2) являются обязательствами Украины, а также в ряде случаев – Германии и Франции. Власти ДНР и ЛНР и Россия никаких новых обязательств не получили. Россия также получила де-факто право вето на процесс евроинтеграции Украины». [4.]

Минские соглашения сдерживают стороны от возобновления конфликта, и не могут устранить взаимное недоверие. Ни одна из сторон, участвующих в конфликте, не хочет выполнять основные положения Минских соглашений.

Эксперты считают, что «Россия потратила много ресурсов, помогая ДНР и ЛНР. Выполнение минских соглашений приводит к вталкиванию этих республик обратно в состав Украины и передачу контроля за границей Украине. Получается, что Россия, с одной стороны, за независимость ДНР и ЛНР, а с другой стороны, толкает их обратно в объятия Украины. Россию устроят ДНР и ЛНР, как независимые республики, на всей территории Донецкой и Луганской областей (можно даже не заявленные и не признанные официально). Но объявить об этом Россия не может. Поэтому Россия постоянно говорит и будет говорить, что минские соглашения надо выполнять. Подписала с единственной целью – прекратить боевые действия на Донбассе и массовую гибель людей». [5.]

Институт Горшенина обнародовал данные о том, что «более половины украинцев опрошенных считают, что Минские соглашения в той или иной степени не выгодны Украине, но при этом украинцы довольно благосклонно относятся к идее децентрализации». Несмотря на это, относительное большинство говорит, что никаких представителей Донбасса в парламенте быть не должно. Директор Центра политических исследований и конфликтологии М. Погребинский так прокомментировал информацию: «Нужно понимать, что это значит. Хотят они, чтобы эти люди имели свое представительство, либо нет? Получается, что не хотят. То есть, в сущности получается, что не хотят, чтобы они были частью Украины». [6.]

По мнению военного эксперта А. Арестовича, Минские соглашения сыграли свою историческую роль. «Они дали Украине передышку на восстановление боеспособности армии. С другой стороны, они завели ситуацию в тупик: изменения в Конституцию приходится выполнять под давлением внешнего врага, а общество это не приемлет».

Политолог Р. Бортник добавляет, что худо-бедно, но Минские соглашения будут реализовываться. «Но думаю, что нужно будет ожидать еще и «Минск-3» и 4. Как бы ни изменился формат, соглашения будут реализованы не раньше, чем в 2017–2018 гг». [7.]

Лидеры ЕС настаивают на выполнении достигнутых договоренностей. 17 марта 2016 года президент Франции Ф. Олланд и канцлер Германии А. Меркель провели переговоры с украинским президентом П. Порошенко. «Мы напомнили, что необходимо соблюдать положения соглашений в том, что касается режима прекращения огня, обмена военнопленными, а также приложить усилия, чтобы были проведены выборы на востоке Украины», – отметил французский лидер. [8.]

На специальном заседании Совета Безопасности ООН, глава МИД Германии Франк-Вальтер Штайнмайер выступил посланием о том, что «Выполнение Минских соглашений всеми сторонами, в полном объеме, по беспрепятственному доступу наблюдателей ОБСЕ ко всей территории и международного границы Украины – это единственный путь разрешения конфликта в Украине».

Постоянный представитель Украины в ООН Владимир Ельченко заверил, что «Украина, будет выполнять все пункты Минских соглашений, и призвал Россию придерживаться взятых на себя обязательств». [9.]

Вместе с тем, Порошенко заявил том, что «Минские соглашения, как бы кто их ни критиковал, дали нам фору, дали нам время для укрепления украинской обороноспособности. Они помогли хотя бы частично преодолеть очевидное военно-техническое отставание от России». [10.]

Позиции Евросоюза и США по Минским соглашениям не всегда совпадают. Заместитель генерального директора Внешней службы ЕС Х. Шмид, выступая в Брюсселе на заключительной сессии «Украинской недели» в Европейском парламенте, заявила о том, что «Минские договоренности – это лучшее, что у нас есть, чтобы восстановить украинскую целостность и украинские границы. Поэтому мы призываем Украину, чтобы она сделала как можно больше со своей стороны. И никто не должен говорить, что Украина не сделала всего возможного для мирного урегулирования. Я хочу призвать Украину и вас, чтобы вы были ответственными лидерами», – подчеркнула Х. Шмид. [11.]

Однако посол США в Украине Д. Пайетт заявил, что «Никто не ожидает выборов на Донбассе или прогресса в Раде по имплементации обязательств, которые взяла на себя Украина, пока украинские солдаты будут гибнуть и получать ранения ежедневно». [12.]

Глава ДНР А. Захарченко критически оценивает действия Киева. «Полностью не был выполнен ни один пункт Минских соглашений. По сути, единственный результат, которого удалось достичь за год, – прекращение открытых боевых действий. Впрочем, провокации со стороны ВСУ и карательных батальонов продолжаются на протяжении всего этого времени. Так что о полном прекращении боевых действий говорить пока не приходится. По всем остальным пунктам наблюдается имитация выполнения договоренностей со стороны Украины. При этом Запад делает вид, что принимает эту имитацию за реальные решения и дела».

А. Захарченко обратил внимание на то, что «политическая часть соглашений Киевом не выполнена вообще. В тексте Минских соглашений четко прописано, какие законы должна принять Верховная рада Украины и также в документе четко указано, что все эти законы должны быть согласованы с нами – Донецкой и Луганской Народными Республиками. Никаких попыток выйти на согласование с нами не было». [13.]

В качестве заключения приведем слова пресс-секретаря президента России Д.С. Песков в эфире программы «Право знать!» на телеканале ТВЦ, – сказал: «Единственное, что мы можем сейчас, надеяться, что Киев все-таки опомнится, надеяться, что все-таки президент Порошенко подпишет те законы, которые он должен подписать, и примет те решения, которые он должен принять. И что пока он это делает, ситуация не свалится в сторону горячего конфликта».

Список литературы

1. Хронология конфликта на юго-востоке Украины. Справка РИА Новости Украина // [Электронный ресурс] URL: http://rian.com.ua/dossier/20140523/349517514.html

2. Погребинский М. Как решить конфликт на Донбассе /М. Погребинский // [Электронный ресурс] URL: http://www.analitik.org.ua/publications/pogrebinsky/56d6cf5c32313/

3. Минск-1 и Минск-2. В чем разница // [Электронный ресурс] URL: http://yurasumy.livejournal.com/391888.html

4. Илларионов А.Минск-1 и Минск-2: общее и различия /А. Илларионов // [Электронный ресурс] URL: http://aillarionov.livejournal.com/788744.html

5. Будут ли выполнены минские соглашения? // [Электронный ресурс] URL: http://politikus.ru/articles/69097-budut-li-vypolneny-minskie-soglasheniya.html

6. Погребинский М. Как решить конфликт на Донбассе/ М. Погребинский // [Электронный ресурс] URL: http://www.analitik.org.ua/publications/pogrebinsky/56d6cf5c32313/

7. Минские соглашения в действии: итоги, позитив и перспективы диалога // [Электронный ресурс] URL: http://odnako.su/news/politics/-473219-minskie-soglasheniya-v-dejstvii-itogi-pozitiv-i-perspektivy-dialoga/

8. Олланд и Меркель призвали Порошенко выполнять минские соглашения // [Электронный ресурс] URL: https://lenta.ru/news/2016/03/18/poroshenko/

9. Штайнмайер выступил решительно против замораживания конфликта на Донбассе // [Электронный ресурс] URL: http://politkuhnya.info/novosti/shtainmaier-vystupil-reshitelno-protiv-zamorazhivaniya-konflikta-na-donbasse.html

10. Порошенко признался, зачем он подписал минские соглашения // [Электронный ресурс] URL: http://vz.ru/politics/2015/8/22/762607.html

11. ЕС призвал Украину сделать как можно больше для выполнения Минских соглашений // [Электронный ресурс] URL: http://www.segodnya.ua/politics/pnews/es-prizval-ukrainu-sdelat-kak-mozhno-bolshe-dlya-vypolneniya-minskih-soglasheniy-696299.html

12. Американский посол «разрешил» Украине не выполнять минские соглашения // [Электронный ресурс] URL: http://www.politnavigator.net/amerikanskijj-posol-razreshil-ukraine-ne-vypolnyat-minskie-soglasheniya.html

13. Политическая часть Минских соглашений Киевом не выполнена вообще // [Электронный ресурс] URL: http://dnr-news.com/intervyu/29924-zaharchenko-politicheskaya-chast-minskih-soglasheniy-kievom-ne-vypolnena-voobsche.html

14. Песков Д.С. Киев не в состоянии или не желает выполнять Минские соглашения/ Д.С. Песков // [Электронный ресурс] URL: http://rusvesna.su/news/1459001673

ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Кадуцкая Е.А.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Электронные СМИ включают радио, телевидение, глобальную сеть Интернет и периодические интернет-издания. Они буквально окружили современного человека. Естественно, что этот огромный поток информации оказывает значительное воздействие на граждан во всех странах мира.

«До начала XX столетия основным орудием формирования общественного мнения служили печатные средства массового информирования. Но для того чтобы почерпнуть из книги или газеты информацию, необходимо уметь читать. Следовательно, неграмотная аудитория не могла быть вовлечена в процесс получения информации. Картина кардинально изменилась с появлением радио – первого по-настоящему массового средства информирования населения. После Второй мировой войны наступила телевизионная эра – принципиально новая фаза в развитии технологий формирования общественного сознания.

Общественное мнение в отношении тех или иных ситуаций может быть как реалистичным, так и иллюзорным – все зависит от того, какая именно информация, предоставленная СМИ, проникла в сознание гражданина и послужила источником того или иного мнения.

Современная роль СМИ является скорее идеологической, чем информационной. Все зависит от того, кто фактически определяет информационный контент. Существует немало инструментов манипуляции сознанием граждан посредством СМИ, среди которых: внушение, перенос частного в общее, использование слухов, метод эмоционального воздействия, метод «страшилок», замалчивание фактов, метод фрагментации, мистификация и т.д.». [1.]

Проблема влияния СМИ на массовую аудиторию исследуется политологами уже около столетия. «В начале XX века, когда окончательно сложились массовые средства передачи информации, стала возможной и идея массовой манипуляции общества. С появлением Интернета, телевидения и радио мир стал информирование. Информация стала не привилегией, а бытовым и необходимым содержанием повседневности широкой аудитории». [2.]

Большое значение в деятельности СМИ принадлежит журналистскому корпусу. «Функцией деятельности журналиста является внедрение в массовое сознание определенных оценок явлений и фактов с целью оказания воздействия на нее. Эти оценки явлений и фактов несут в себе мировоззренческую ориентацию, т.е. направлены на формирование определенной системы ценностей. Такая функция журналистики предполагает высокий уровень ответственности журналиста, и поэтому особое значение приобретают требования к профессионализму журналистской деятельности». [3.]

Фонд «Общественное мнение» проводит еженедельные опросы, в том числе изучая реакцию населения нате или иные новостные и информационные сообщения. «Событиями, которые имеют самое сильное влияние на общественное сознание, являются крупные политические события, связанные с какими-то серьезными переменами, например: выборы президента страны, крупные кадровые изменения (отставка премьер-министра и т.п.). Такие события могут достигать 40%-ого уровня спонтанного знания при средней интенсивности упоминания этих тем в СМИ».

Таким образом, «новость — это, прежде всего, политическая новость, а точнее внутриполитическая. Общество действительно реагирует на крупные политические происшествия, в отличие от всех остальных происшествий, которые не оказывают никакого влияния на общественное сознание». [4.]

Кроме того, СМИ имеют грандиозные возможности для сплочения людей ради определенного действия. Это своего рода та же пропаганда, только направленная чаще всего на интересы самого социума, а не властей. К примеру, нередко при помощи телевидения, радио и Интернета, мы узнаем об акциях, например, в поддержку больных детей или людей, нуждающихся в помощи. Это является одной из положительных функций средств массовой информации.

Пожалуй, самым действенным средством влияния на социум, по-прежнему остается телевидение. Благодаря наличию яркой «живой» картинки это наиболее мощный канал воздействия на общественное сознание. [5.]

При помощи грамотного пиар-хода, и взаимодействие со связями с общественностью, политические партии и их лидеры способны в значительной мере повлиять на ход и результат народного голосования. «Характерный пример, предвыборная кампанию Джона Кеннеди в 1960-х гг. По телевидению транслировали серию дебатов между кандидатами, Ричард Никсон недооценил роль телевидения. Он надеялся, что зрители оценят его умные мысли по реформированию американской политики и предвыборные предложения, но не придал значения внешнему виду и манерам держаться перед публикой. Он отказался от грима и выглядел на экране бледным, угрюмым и злым. При ярком свете он казался небритым, что выглядело со стороны как явное неуважение к избирателям. На лице кандидата в президенты были отчетливо видны круги под глазами. В противовес Никсону, Кеннеди основательно продумал собственный телеимидж. Его лицо было загорелым и в сочетании с умело нанесенным макияжем выглядело телегенично. Кеннеди держался уверенно, много шутил. В четырех раундах теледебатов победу одержал Кеннеди. Никсон отказался от участия в пятом раунде, признав, таким образом, свое поражение еще до начала выборов».

СМИ нередко, а даже и часто являются посредником, который формирует у граждан определенное политическое сознание. «Много зависит от того, как в СМИ преподносится тот или иной факт, событие. Однако, предвзятость не всегда обеспечивает ожидаемый эффект. Например, так крупные западные издания: «The Wall Street Journal», «The Globe and Mail», «The Times» пишут о России, как об агрессоре, а о президенте страны В. В. Путине, как о человеке загнанном в тупик. Тем самым они пытаются навязать негативное отношение к России. Но согласно данным опроса Economist/YouGov 77 % американцев считают Владимира Путина сильным лидером. Барак Обама не может похвастаться подобным уровнем доверия, только 45 % респондентов высоко оценили его лидерские качества». [6.]

Таким образом, подчеркивая возрастающую роль современных СМИ в формировании общественного мнения, нельзя не отметить, что они далеко не так всесильны. Современный образованный человек, вполне обладает способностями делать собственные выводы. Особенно если официальные СМИ, чрезмерно увлекаются односторонней подачей фактов, занимаясь банальной пропагандой.

Список литературы:

1. Салемгареева Л.С. СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования [Электронный ресурс] /Л.С. Салемгареева. //http://www.ipk.ru/index.php?id=1537

2. Николаева Ю. Влияние СМИ на формирование общественного мнения [Электронный ресурс] /Ю. Николаева // http://www.dnp.ru/publications/our-publications/media/smivsom

3. Солдатова Ж. Г. Россия в украинской прессе [Электронный ресурс] // Филология и лингвистика: проблемы и перспективы: материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, июнь 2011 г.). — / Ж. Г. Солдатова. Челябинск: Два комсомольца, 2011. — С. 51-52.

4. Николаева Ю. Влияние СМИ на формирование общественного мнения [Электронный ресурс] /Ю. Николаева // http://www.dnp.ru/publications/our-publications/media/smivsom

5. Мария Лойко Что такое «общественное мнение» и как СМИ формируют его сегодня? [Электронный ресурс] // http://концептуал.рф/chto-takoe-obschestvennoe-mnenie-i-kak-smi-formiruyut-ego-segodnya

6. Гуржий Д. А. Влияние СМИ на формирование общественного мнения [Электронный ресурс] /Д. А. Гуржий // Молодой ученый. — 2015. — №12. — С. 991-993.

ПРОБЛЕМА С БЕЖЕНЦАМИ В ЕВРОПЕ НА СТРАНИЦАХ СМИ

Чечулин А.О.

Научный руководитель: д.и.н., профессор Реут Г.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В 2015 г. из-за усиления конфликтов на Ближнем Востоке, войны в Сирии и террористических атак ИГИЛ в ЕС хлынуло огромное число беженцев. Мигранты пересекают границы европейских стран любыми способами. Многие из них гибнут на пути в Европу, но, тем не менее, их поток не иссякает.

Основными причинами возникновения миграционного движения являются экономическая и политическая нестабильность. Не стихающие войны и вооружённые конфликты, дестабилизировали ситуацию в Ираке, гражданская война в Сирии, войны в Афганистане, в Ливии, кризис в Сербии и в Косово, операция против ИГ, религиозные столкновения в других странах Африки и Азии.

«Проблема с наплывом беженцев в страны Евросоюза фактически уже приобрела масштабы гуманитарной катастрофы». Такое мнение высказала политолог и востоковед К. Геворгян, отметив, что «точка невозврата в данной проблеме уже пройдена. Это явление — словно горная лавина, с ним невозможно справиться. Если поток беженцев начался, то его не остановят никакие меры. Точка невозврата пройдена. Стоит отметить, что эти беженцы — отнюдь не бедные люди, ведь подобное путешествие в Европу стоит от 6 до 12 тыс. евро. Вопреки заверениям европейских властей о том что беженцы сменят коренное население на производстве, они не будут работать, а собираются только жить на пособие. Самое важное, что большинство беженцев — это молодые и физически крепкие мужчины, способные держать оружие, а также что среди них абсолютно точно присутствуют агенты и вербовщики ИГИЛ». [1.]

Многие европейские политики выражают обеспокоенность ситуацией, которая ухудшается с каждым днем.

Так, еврокомиссар по вопросам миграции Димитрис Аврамопулос заявил, что «Евросоюз столкнулся с крупнейшим миграционным кризисом со времен Второй мировой войны. 5 сентября власти ЕС начали обсуждать варианты силового выдворения незваных гостей из тех стран, которые признаны «достаточно стабильными». [2.]

Европейцы ломают голову над тем, как решить проблему с быстро растущим числом беженцев.

Сделка с Турцией вызывает недоумение и тревогу. Страницы западных СМИ полны озабоченности и возмущения.

«Сделка с Турцией не менее отвратительна, чем все то, что я наблюдаю в современной европейской политике. В день подписания этой сделки лидерами ЕС Реджеп Тайип Эрдоган, турецкий президент, раскрыл свои карты: «Демократия, свобода и власть закона... Для нас эти слова больше не имеют совершенно никакой ценности». В этот момент Совету Европы следовало закончить разговор с турецким премьер-министром Ахметом Давутоглу и отправить его домой. Но вместо этого они заключили с ним сделку - деньги и много чего еще в обмен на помощь с миграционным кризисом».

«По условиям этой сделки Турция пришлет в ЕС порядка 72 тыс. беженцев - по одному за каждого человека, снятого ею с лодок нелегальных перевозчиков через Эгейское море, - а взамен получит 6 млрд. евро и возобновление переговоров о членстве в ЕС. Журналист называет Турцию «страной, руководство которой только что отреклось от демократии». «Дальше ЕС собирается предоставить право безвизового въезда 75 млн обитателей Турции, - говорится в статье. - В тот день ЕС не просто продал душу, а вообще-то заключил довольно паршивую сделку». [3.]

Опасным и бессмысленным называет договор с Турцией корреспондент Польского издания

wPolityce, Александра Рыбиньска.

«Турция примет тех иммигрантов, которые добрались до Европы, взамен ЕС примет сирийских беженцев из турецких лагерей по принципу «одного на одного». То есть, если Турция развернет лодку с 20 мигрантами, взамен 20 сирийцев полетят самолетом прямо в Берлин. Количество мигрантов, таким образом, не уменьшится, нелегальная миграция просто будет превращена в легальную».

«Чем больше мигрантов попадет в Грецию, тем больше сирийских беженцев придется Европе забрать у Турции, а их там — 2,8 миллиона. Что сделает Эрдоган с возвращаемыми в Турцию мигрантами? Турки могут отправить их в страны происхождения или оставить на произвол судьбы на улицах Измира и Стамбула. В таком случае они будут пытаться снова добраться до Европы, пока не добьются успеха. Это торговля людьми в ее худшем виде». [4.]

«Европейские лидеры не в силах принять эффективные коллективные меры в ответ на нарастающий кризис с беженцами», - пишет на страницах The Guardian Ги Верхофстадт, экс-премьер-министр Бельгии, ныне лидер Альянса либералов и демократов во имя Европы. «Вместо того, чтобы разработать стратегию для защиты тех, кто бежит от варварства Асада, «Исламского государства» (запрещенная в РФ террористическая организация) и российских ВВС, лидеры ЕС одержимы созданием системы, которая «ограничит приток» - то есть столкнет отчаявшихся беженцев обратно в Эгейское море», - продолжает экс-премьер. Верхофстадт предложил «создать общеевропейскую службу пограничной и береговой охраны, способную охранять внешние границы ЕС и обрабатывать просьбы о предоставлении убежища. А деньги передавать не Турции, а напрямую в Управление верховного комиссара ООН по делам беженцев, чтобы оно обеспечило в лагерях беженцев образовательные услуги и сносные условия жизни». [5.]

Европейское общество и европейские политики оказались совершенно не готовы не только к принятию беженцев, но и к включению в «европейскую семью» мигрантов вообще.

В Европе по отношению к мигрантам применяются репрессивные меры - от создания фильтрационных лагерей до разрушения «джунглей», пишет в газете Le Temps Клод Калам, директор Высшей школы социальных наук в Париже. Он приводит примеры применения жестких мер по отношению к беженцам.

«В лагере, получившем название «джунгли», в районе порта Кале (Франция), в условиях крайней нищеты проживают более 3 тыс. мигрантов. Впервые лагерь в Кале закрывался в конце 1990-х - на его месте был создан центр Сангат под патронажем Красного Креста. В сентябре 2009 г. «джунгли» опять были разрушены по приказу министра по делам миграции и национальной идентичности Эрика Бессона».

«Весной 2015 г. мигрантов вынудили сгруппироваться на необустроенной территории, в настоящем концентрационном гетто, с обещанием, что с их присутствием будут мириться, - пишет автор. - В это время министр внутренних дел Бернар Казнев получил от британских коллег 15 млн. евро на то, чтобы обеспечить безопасность доступа в порт и тоннель под Ламаншем, а попытки беженцев, которые попытаются пробраться в Великобританию, беспощадно пресекать». [6.]

Политика мультикультурализма потерпела крах. «Мы делаем слишком большие уступки, мы не должны позволить себя запугать», приводит слова экс-премьера Великобритании Тони Блэр газета Corriere della Sera. «Важно определить, что такое мультикультурализм», - считает политик, «не следует путать мультикультурализм, с разрешением отвергать наши основополагающие ценности». «Пределы толерантности заканчиваются, когда ставятся под сомнение эти ценности».[7.]

С резкой критикой миграционной политики Евросоюза выступает премьер-министр Венгрии Виктор Орбан. В интервью немецкому таблоиду Bild политик заявил: «Мы не можем через головы своих граждан принимать решения, которые радикальным образом изменят их жизнь и жизнь следующих поколений». «Мы хотим защитить наших граждан, а это значит, что мы не хотим того, чтобы к нам приезжали мигранты. Почему мы должны импортировать к себе проблемы западных государств?». По мнению политика «Европейская политика не должна противоречить интересам отдельных государств. То, что плохо для немцев, австрийцев или венгров, не может быть хорошей европейской политикой». [8.]

Но и мигранты, даже давно уже живущие в Европе, не спешат стать европейцами. «Опрошенные турецкие семьи не собираются интегрировать в немецкое общество и перенимать местные ценности». Наоборот, согласно данным газеты Economist, «гетто порождают новые гетто: большинство детей мигрантов идут в школы близ иммиграционных центров или населенных мигрантами районов. Отсюда и происходит молодежь, которая не знает местного языка и не принимает европейских ценностей: свободы, равенства, права на свое мнение. В Норвегии, Дании и

Швеции 70% детей иммигрантов идут в школы, где половина детей происходит из таких же семей иммигрантов», отмечает Economist.

С традицией замалчивания конфликтов с мигрантами-мусульманами связана и книга «Германия самоликвидируется», которая долгое время находилась в топе самых продаваемых книг Германии. Автора книги, бывшего банкира Тило Саррацина, даже хотели за ее публикацию выгнать из Социал-демократической партии Германии, но не смогли. [9.]

Пока политики говорят, рядовые европейцы начинают от слов переходить к действиям. Как реакция на «не европейское» поведение мигрантов во многих странах набирают силу радикальные настроения.

В СМИ приводятся многочисленные примеры проявления нетерпимости и насилия по отношению к беженцам и мигрантам. Причем нередко эти действия совершаются при попустительстве местных властей.

Например, шведская радиостанция Sveriges Radio сообщила о том, что «несколько раз, постояльцы дома для одиноких детей беженцев в поселке Седра Вэттербюгден подвергались ментальным и физическим атакам со стороны групп молодых неонацистов, при этом полиция отказывалась возбуждать дело. В адрес беженцев звучали угрозы и нацистские приветствия типа «зиг хайль». В другом случае группа из 8 беженцев, возвращавшаяся домой, была физически атакована превосходящими их силами неонацистских молодчиков. Обо всех этих инцидентах персонал дома для беженцев сообщил в полицию, но там не стали возбуждать какого-либо расследования и заводить дела. Лишь впоследствии, после появления материалов об этих инцидентах в прессе, в полиции региона заявили, что это была ошибка». [10.]

Ответственность за кризис возлагается на ФРГ, руководство страны пока не может найти выход из ситуации. «Список промахов в политике Германии по отношению к беженцам без конца пополняется. Сегодня политики в Берлине в панике. Все партии, включая оппозиционных «левых» и «зеленых», в один голос требуют применения всей «жесткости правового государства». Основополагающая проблема сохраняется: власти ФРГ отказались от контроля на своих границах. Как и прежде, ежедневно в страну прибывают тысячи людей. Никто их не регистрирует, никто не знает, откуда они родом. Новогодняя ночь в Кельне высветила еще одну проблему: немцы, чемпионы мира по поддержанию образцового порядка, грандиозно опростоволосились в организационном плане. Сотни тысяч необработанных заявлений о предоставлении убежища, отсутствие контроля на границах и регистрации. И вместо этого — гостеприимство, наивность и надежда, что мы как-то справимся. [11.]

Количество беженцев в Европе нарастает, одновременно увеличивается клубок проблем. Опасения того, что под видом беженцев в Европе проникают террористы, подтверждают недавние теракты в столице Евросоюза. Очевидно, что проблема с беженцами не имеет простого решения.

Список литературы

1. Проблема с беженцами в Европе прошла точку невозврата // [Электроный ресурс] URL: http://lifenews.ru/news/160888

2. Худшая ситуация со времен Второй мировой // [Электронный ресурс] URL: http://vz.ru/world/2015/9/7/765391.html

3. Мюнхау В. ЕС продал душу, чтобы заключить сделку с Турцией /В. Мюнхау // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/21Mar2016/ft/eu.htm

4. Рыбиньска А. ЕС утратил остатки авторитета / А. Рыбиньска // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.ru/politic/20160321/235796756.html

5. Соглашение с Турцией - нарушение законов и предательство европейских ценностей // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/10Mar2016/guardian/refugee.html

6. Калам К.В Европе действует концентрационная идеология /К.Калам// [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/22Mar2016/letemps/migrants2.html

7. Валентино П. «Толерантность заканчивается, когда ставятся под вопрос наши ценности» /П.Валентино//[Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/24Mar2016/corriere/blair.html

8. Дикманн К. «То, что плохо для немцев, австрийцев или венгров, не может быть хорошей европейской политикой» /К. Дикманн // [Электронный ресурс] URL: http://www.inopressa.ru/article/25Feb2016/bild/orban.html

9. Ханс Х. Луйк Мигранты-мусульмане ведут себя антиконституционно, но это замалчивается / Х. Ханс // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.ru/politic/20160126/235158646.html

10. Группы неонацистов атаковали юных беженцев — полиция бездействовала //

[Электронный ресурс] URL: http://inosmi.ru/politic/20160205/235295822.html
11. Вагенер Ф. Так мы не справимся с проблемой беженцев! /Ф. Вагенер // [Электронный ресурс] URL: http://inosmi.ru/politic/20160112/235024090.html

Подсекция 13.4. Философия

ЭКОЛОГИЯ ДУШИ ЧЕЛОВЕКА

Власова Д.В.
Научный руководитель: д. филос. н., профессор Бармашова Т.И.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Традиционно понятие экологии сопоставляется с термином природы или окружающего нас мира. При этом мало кто задумывался, что экология может проявляться в духовной и душевной сфере. Что же представляет собой экология души? Если идти от этимологии слова, «экология» переводится с греческого языка дословно как дом, жилище. Но нашим домом является не только окружающий мир. Душа человека – это и есть целый дом, и дом великий. Церковь – тоже дом, дом духовный. В Священном писании есть такое выражение: «Устрояйте из себя дом духовный». Эти слова можно было бы даже вынести как эпиграф к нашей теме. Конечно, во времена апостолов не было понятия об экологии духа, но в этом случае речь шла именно об этом. Каждый дом нужно содержать в чистоте и порядке, ухаживать за ним и приводить в порядок. Подобное необходимо и нашей душе. Чтобы быть в постоянном равновесии с природой или же в равновесии с самим собой, душа должна быть чиста, нравственна, духовна

В нашей чистой и не загрязненной душе нуждается весь мир – растения, животные, сама планета, так как от наших действий зависит очень многое. Черствые, корыстные души приводят к экологическим, техногенным, социальным, экономическим катастрофам своими грязными мыслями, делами, поступками (а ведь это всё определенные виды энергии). Жители планеты Земля на протяжении тысячелетий загрязняя и отравляя её, довели свое местообитание до ужасающего состояния. В этих условиях неизбежно встает вопрос: что может спасти мир от надвигающейся опасности? Не вызывает никаких сомнений, что ответ лежит в сфере духовного мира человека, связан с формированием экологии его души, нравственного самосовершенствования.

Внутренняя культура человека, уважение к старшим, сохранение традиций — все эти компоненты создают условие для сохранения природы, Вселенной, прежде всего, своей личности, своего «Я». Знаменитый немецкий филолог, философ, государственный деятель В. Гумбольдт писал: «Растёт то, что мы выращиваем в душе, — таков вечный закон природы» [1, с. 129]. Все наши действия, мысли и поступки влияют на наш внешний мир, мы его меняем и пожинаем свои плоды. А плоды зачастую горьки и уродливы. По своей натуре человечество очень изменчиво, при этом приспосабливается не к самому лучшему. Под влиянием СМИ интернета или других источников информации, которые не всегда полезны, а зачастую даже вредны для психики, для правильного мироощущения, искажается суть бытия, отравляются наши души. С каждым днем люди губят себя, пытаются смириться и принять то, что для них не естественно, им приходится приспосабливаться, подражая другим. Современное общество в целом и основном можно обществом потребителей без души, без силы духа, без нравственности …

Свое решение проблемы предлагает религия. Бог мог жить в нас и посреди нас. Только в этом и есть то, что мы испокон веков называем спасением. Человек должен спасаться. Но как он спасается? Зачем вообще ему спасаться? Ведь он может купить себе любые «шмотки», если заболел – купить себе таблетки и т. д. Если нужно – он может обратиться к психологу, к психиатру, к психотерапевту или ещё к кому-то. Тем не менее, церковь продолжает говорить ему о спасении. Но спасение человека как раз и есть устроение его духовного дома, дома для жизни личности человека. И это личностное измерение, конечно, не индивидуально. Оно связано с собранием, с церковью, ведь «церковь» в переводе на русский язык и означает «собрание», собирание избранных. А экология учит нас тому, как правильно жить в доме и как вести этот дом.

Для формирования внутреннего, духовного мира человека (ценностей, целей, идеалов, чувств, своего «Я») в значительное степени помогает художественная литература – проза, стихи, поэмы и т.д. Через произведения А.С. Пушкина, С.А. Есенина, Ф.И. Тютчева мы познаем многообразие форм и настроение природы, проникаемся чувствами сострадания к живой природе и человеческим переживаниям. Познавая себя, человек осознает, понимает себя как уникальное творение природы. Процесс самопознания очень увлекательный и длительный. Человек познает себя всю жизнь, открывая в себе все новые и новые грани. И в этом ему помогают окружающие люди.

Но год от года все более деформируется система ценностей личности. Люди стали путать доброту с глупостью и слабостью, настоящую честность с ложью. Люди перестали верить друг другу. Современный человек лучше уткнется в экран своего телефона в надежде найти свою вторую половину или же просто убить свое время, а тем временем мог бы гулять с друзьями, читать книги. Ведь никогда и ничем ни заменишь живого общения. Мы перестали быть настоящими, искренними, каждый раз лишь меняем маски, а некоторые уже и забыли свое лицо. У людей исчезло желание видеть других настоящими, многие хотят лишь лицезреть блестящую обертку. Внутреннее содержание личности интересует не каждого. Меняя себя, мы изменяем мир, а в нашем случае мир меняется далеко не в лучшую сторону.

Мы перестали радоваться простым радостям жизни: первому снегу, теплому дождю, голубому небу и прочим элементарным вещам нашего бытия в этом мире. Мы начинаем больше дорожить материальными ценностями. Покупка новой вещи, будь то автомобиль, гаджет и многое другое, радует многих людей больше, чем приобретение книги. Все больше и больше людей проводят значительную часть своей жизни в магазинах. Современные люди научились разгонять облака, прекращать дождь, влиять но могучую силу природы, но не научились простым вещам – любить и уважать друг друга, а самое главное – дом, в котором мы живем, нашу Землю. Есть прекрасное мини стихотворение неизвестного мне писателя, поразившее меня глубоким философским смыслом, которое звучит так: «Я сорвал цветок, и он увял. Я поймал мотылька, и он умер. И тогда я понял, что прикоснуться к красоте можно только сердцем». Все в мире связано теснейшим образом. Заботясь об экологии природы, мы спасаем не только мир, но и себя. А это невозможно без экологии души. Только чистая душа способна на гармоничное существование природы и человека, общества и человека.

Человек – самое совершенное произведение природы, поэтому должен создавать вокруг себя красоту. Может ли ощущать себя творцом природы человек, который душою темный и жестокий?

Разумные люди населяют нашу хрупкую планету, а разум всегда предполагает созидание. Почему же не только в природе, но и в человеческих душах идет процесс не созидания, а разрушения? На этот вопрос всегда пытался ответить наш выдающийся соотечественник философ, художник, поэт Н. К. Рерих. Его картина Армагеддон, как он подчеркивал, показывает, что Нужен Армагеддон, нужно столкновение Сил Противоположных. Нужны потрясения, чтобы дух человеческий возопил и осознал, наконец, что он должен бороться не с ближним своим, но с самим собою и с силами хаоса и стихиями, которые являют необъятное поле для творческого испытания. Причину великих бедствий он видел в одном: забвении и пренебрежении Высшим ради низшего. В стихотворении «Тогда» (из цикла «Мальчику») он обращается к творческому духу человека, каждого из нас, призывая стать воином в борьбе света и тьмы. «Ошибаешься, мальчик! Зла - нет. Зло сотворить Великий не мог. Есть лишь несовершенство. Но оно так же опасно, как то, что ты злом называешь. Князя тьмы и демонов нет. Но каждым поступком лжи, гнева и глупости создаем бесчисленных тварей, безобразных и страшных по виду, кровожадных и гнусных. Они стремятся за нами, наши творенья! Размеры и вид их созданы нами. Берегися рой их умножить. Твои порожденья тобою питаться начнут. Осторожно к толпе прикасайся. Жить трудно, мой мальчик, помни приказ: жить, не бояться и верить. Остаться свободным и сильным. А после удастся и полюбить. Темные твари все это очень не любят. Сохнут и гибнут тогда» [2, с. 208]. Н. К. Рерих был глубоко убежден в том, что желание и способность изменить себя к лучшему находится в наших руках. Важно только набраться мужества и увидеть себя со стороны. Это трудно, но все- таки возможно и необходимо.

А вообще есть ли душа на самом деле? Или же это просто метафора, нечто выдуманное человечеством? Советский период нашей истории диктовал нам то, что души нет и не может быть, так как она никогда не была зафиксирована датчиками, приборами, иными лабораторными исследованиями. Материалисты отождествляют душу с психикой, с внутренним миром человека. Если даже кто-то и не сомневается, что душа существует, но, в то же время, доказать это не под силу, поскольку она неуловима. Рассказывают, что Сталин на приеме в Кремле по случаю вручения премий его имени задал “вопрос на засыпку” новоиспеченному лауреату В. Ф. Войно-Ясенецкому — доктору медицинских наук, архиепископу Луке: “Вот вы прооперировали тысячи больных, а душу там, внутри у них, обнаружили?” — “Нет, товарищ Сталин. Но ведь и совесть тоже не обнаружил”, — достойно ответил выдающийся хирург.

В заключение хотелось бы отметить следующее. На наш взгляд, в проблеме экологии души не принципиально важной является дискуссия о том, является ли душа нематериальной субстанцией, независимой от тела, или это набор субъективных качеств, представляющих сущность нашего «Я». В

любом случае, данное понятие должно ассоциироваться с высокой нравственностью, духовностью, зрелостью личности.

Список литературы:

1. Гумбольдт, В. Соч. /В. Гумбольдт. – СПб, 1911.
2. Рерих, Н.К. Избранные произведения /Н.К. Рерих. – М., 1999.

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОГЕННОГО ОБЩЕСТВА НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Прохорова А.Н.

Научный руководитель: д. филос. н., профессор Бармашова Т.И.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Техногенный вектор развития общества является определяющим для современной цивилизации. Целью данной работы является попытка выяснить, каким образом техногенный фактор влияет на здоровье человека. В этом отношении встает одна из задач – разработать рекомендации по мерам предосторожности при обращении с такими приборами, как плеер, компьютер, телефон. Если применять меры предосторожности к использованию современных средств коммуникации, то вред здоровью можно минимизировать.

Под техногенным обществом принято понимать общественную систему, развитие которой осуществляется на основе техники и создаваемой ею техносферы. Техносфера изменяет традиционное общество и биосферную природу. Сюда относится влияние электрических плит, телефонов, телевизоров, радиостанций и т. д., которые нас окружают. Последние десятилетия компьютерная технология в своём развитии сделала заметный рывок. В условиях научно-технической революции, которая сказывается на всех сферах нашей жизнедеятельности, актуально вести речь о влиянии современной техники на здоровье человека, поскольку главный фактор воздействия на человека – это техногенное воздействие.

Влиятельным результатом научно-технической деятельности является изобретение сотового телефона. Активно дискутируется вопрос о том, как влияют мобильные телефоны на здоровье человека? Английские ученые утверждают, что сотовые телефоны ускоряют реакции головного мозга. В условиях долгих разговоров по сотовому телефону может развиться рак мозга. Проблемы, возникающие вследствие использования мобильных телефонов, можно разделить на морально-этические проблемы и проблемы, связанные с физическим здоровьем человека. Мы коснемся второго аспекта.

Немецкие и шведские ученые доказали, что излучение мобильников постепенно и неумолимо разрушает клетки головного мозга. Они пришли к выводу о том, что регулярное использование сотовых телефонов приводит к утомляемости, ослаблению памяти, ухудшению способности к обучению, плохому сну, головным болям, повышенной нервозности. Это подтверждено научными экспериментами. У подопытных самцов крыс вследствие электромагнитного излучения обнаруживались изменения в сперматозоидах, что вело к рождению мертвого потомства. Однако сложно установить, где находится грань вредного для здоровья излучения. В настоящее время используется единица измерения SAR (Specific Absorbtion Rate), показывающая максимальную удельную мощность, поглощаемую человеческим телом при обычном разговоре по сотовому телефону. Максимальный безопасный уровень – 2,0. При этом подавляющее большинство современных телефонов имеют SAR от 0,5 до 1,0.

Телефон становится особенно вредным, когда теряет сеть. В этих условиях он переходит в специальный режим «Поиск сети» и продуцирует сильные направленные потоки электромагнитных импульсов, более мощные, чем при работе в обычном режиме. Эти импульсы пронизывают не только окружающее пространство, но и организм хозяина телефона. Если телефон находится в одежде (в кармане, на ремешке) на верхней части тела, то страдают легкие и сердце. У женщин может развиваться мастопатия. Если телефон висит на поясе или лежит в нижнем кармане, страдает печень.

Основными симптомами неблагоприятного воздействия сотового телефона на состояние здоровья являются головные боли, систематическая усталость, депрессии, сухость слизистой оболочки глаз, боль и резь в глазах, прогрессивное ухудшение зрения, нарушения памяти и концентрации внимания, повышение артериального давления и пульса, снижение потенции. Мобильный телефон негативно влияет на все системы организма, но больше всего вредному воздействию подвержены нервная, иммунная, эндокринная и половая системы. Опасным является то, что эти проблемы не проявляются сиюминутно, в связи с чем, процесс остается неконтролируемым.

На сегодняшний день сложно утверждать однозначно, вредным или безопасным является использование сотовых телефонов. Но в любом случае во избежание отрицательных последствий необходимо прислушаться к следующим советам:
- не желательно непрерывно разговаривать более 3-4 минут;
- по возможности предпочтительнее пользоваться обычным проводным телефоном;
- пользуйтесь чаще услугами СМС;
- не следует держать телефон у изголовья кровати ночью;
- лучше носить телефон в сумке;
- не оправдано давать сотовые телефоны детям;
- опасно разговаривать по сотовому телефону в машине;
- целесообразнее отключать телефоны в зонах неустойчивой сети.

Кроме сотовых телефонов современный человек постоянно пользуется компьютером. Общеизвестно, что длительное пребывание за компьютером вредно для здоровья. Однако не все знают, как именно влияет компьютер, и сколько времени можно проводить, сидя за монитором. Можно выделить три основных вредных фактора. Первый и главный фактор – нагрузка на зрение. Именно из-за нее через какое-то время у человека возникают головокружение, головная боль, снижение остроты зрения.

Следующим негативным фактором, ухудшающим здоровье, является стесненная поза. В процессе работы за компьютером человек вынужден с определенного расстояния смотреть на экран и одновременно держать руки на клавиатуре. Вследствие этого тело принимает определенное положение и не изменяет его до конца работы. По причине стесненной позы возникают заболевания суставов кистей рук, затрудненное дыхание, остеохондроз, заболевания опорно-двигательного аппарата, нарушение зрения, патологические изменения прямой кишки и прочее.

К третьей группе риска относится психическая нагрузка. Компьютер требует не меньшей сосредоточенности, чем вождение автомобиля. Интересные игры требуют огромного напряжения, которого практически не бывает в обычных условиях. Эта область недостаточно изучена, поскольку современная мультимедиа-техника появилась не так давно. Не смотря на сказанное, психическую нагрузку можно уменьшить и тем самым не усугубить состояние здоровья.

При работе за компьютером старайтесь соблюдать следующие правила:
- работа должна сочетаться с перерывами;
- во время перерывов в работе полезна гимнастика глаз через каждые 15-25 минут работы;
- при слабом зрении необходимо надеть очки;
- от глаз до экрана должно быть определенное расстояние;
- соблюдайте правильную рабочую позу;
- не нужно работать на компьютере в темноте;
- целесообразно следить за содержательной стороной игр и программ;
- по окончании работы умывайтесь холодной водой.

Другое часто используемое изобретение цивилизации – MP3-плееры. Негативный механизм их действия на здоровье заключается в том, что громкие звуки повреждают волосовидные клетки во внутренней части уха, которые доставляют в мозг звуковую информацию. Возникает дилемма – как сохранить слух и не отказаться от плеера? В связи с этим существуют дискуссии на тему, какие наушники безопаснее: внешние или наушники-вкладыши. Исследования показали, что наушники, которые вставляют в ухо, могут увеличить уровень звука на 7-9 децибелов. У внешних наушников диапазон меньше, поэтому они считаются более безопасными. Но все это не является стопроцентной защитой.

Вот несколько советов, которые помогут минимизировать негативное влияние MP3-плееров:
- не следует слушать MP3-плеер более чем на 60% громкости и более 60 минут;
- громкость считается нормальной, если вы можете слышать разговор окружающих;
- люди вокруг не должны слышать вашу музыку;
- если, общаясь с людьми, вы переходите на крик, значит громкость слишком большая.

Важной проблемой, сопутствующей техногенному развитию общества, является проблема утилизации техники. Оборудование быстро устаревает, что стимулирует покупателей приобретать всё новые и новые модели. Как следствие, возникает новая проблема утилизации старого оборудования. Для пользователей встаёт вопрос, куда выбросить использованный мобильник, компьютер, плеер? Выброшенное оборудование представляет угрозу для экологии и здоровья людей. Для экологии наиболее опасными являются аккумуляторы и пластик. Согласно исследованиям, проведённым во многих странах, утилизируют телефоны только 3% владельцев. В 4% случаев люди

просто выбрасывают аппараты на свалку. Остальные хранят дома, отдают или перепродают. Согласно опросам, 50% населения просто не знают о возможности утилизации ненужного телефона. В России процесс сбора старых телефонов у населения просто не налажен. Такая же проблема существует по поводу утилизации других, часто используемых устройств. К чести производителей, они не закрывают глаза на проблему. Наиболее активную позицию в этом вопросе занимают Nokia и Ericsson. В последние годы они непрерывно ведут исследования, цель которых – создание экологически безвредных сотовых аппаратов.

В ходе своей работы мы провели опрос среди учащихся Вороковской средней общеобразовательной школы. Опрашивалось 30 учеников. Были заданы следующие вопросы:

1) Есть ли у вас мобильный телефон? (100% опрошенных дали положительный ответ);
2) В каких целях вы используете свой мобильник? (в телефоне учащиеся используют интернет, калькулятор, переписываются с друзьями, слушают музыку, играют);
3) Есть ли у вас компьютер? (70% учеников ответили «да», 30% – «нет»);
4) Есть ли у вас MP3-плеер? (23% сказали, что у них есть плеер, 77% – сказали, что нет);
5) Как часто вы задумываетесь о влиянии выше перечисленных приборов на ваше здоровье? (52% опрошенных часто задумываются об этом, 34% – редко, 14% – никогда);
6) Принимаете ли вы меры защиты от вредного влияния этих предметов? (93% учеников не принимают меры предосторожности и лишь только 7% принимают).

Исходя из опроса, можно сделать вывод, что инновационные технологии важны, необходимы в жизни человека, и большинство людей не может от них отказаться, даже зная, что они приносят вред здоровью человека. Важно разумно и целесообразно пользоваться ими, уменьшая негативное влияние на здоровье.

Список литературы:

1. Газета «Коммерсант» от 27.06.2011.

2. Побаченко, С.В. Влияние активации мобильных телефонов стандарта GSM на функциональное состояние мозга /С.В. Побаченко, А.В. Пономарёв //Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Естественные науки. – 2009. – Том - 3. - №8. – С. 114 - 118.

3. Котов, П. Степень вредного влияния сотовой связи /П. Котов//Физика. 2006. – №7.- С. 37 - 42.

4. Электромагнитные поля и здоровье человека / Под ред. Ю. Г. Григорьева. – М.: РУДН, 202. – 180 с.

5. Хотунцев, Ю. Л. Экология и экологическая безопасность /Ю.Л. Хотунцев. - М.: Академия, 2004. – 480 с.

МИФОЛОГИЯ КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ ФОРМА БЫТИЯ

Шматова А.А.

Научный руководитель: ассистент Вергалец Н.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

С момента возникновения Homo Sapiens Sapiens человечество стремится познать окружающий мир и найти объективные причины происходящих событий. Одной из таких познавательных форм, возникшей на заре человечества, является мифология. Целью данной статьи является рассмотрение мифологии как универсальной формы бытия человечества, т.к. мифологические представления присутствуют во всех культурах. Большой вклад в изучение мифа внесли такие мыслители, как Г.В.Ф.Гегель, А.Ф. Лосев, К.Г. Юнг, К.Леви-Стросс, З. Фрейд, именно идеи этих мыслителей будут рассмотрены в данной статье.

Изначально мифология возникает в связи с потребностью людей объяснить происходящие вокруг процессы, поэтому в древности появляются первые космогонические мифы (о происхождении мира) и антропогонические (о возникновении человека на Земле). Особенностью мифа на ранних этапах развития человеческой культуры является то, что в нем переплетены нормы, регулирующие отношения, религиозные представления и зачатки научных знаний. Мифология, по мнению многих исследователей (Дж. Фрезер, Б. Малиновский, Л. Леви-Брюль и др.), рассматривается не как обычное творчество, вызванное к жизни избытком сил воображения, не как простое удовлетворение любопытства первобытного человека, но как система своеобразным образом регламентирующая поддержание устойчивого социального порядка, как средство утверждения природного и социального единства, психологической монолитности первобытного коллектива. Ранняя мифология обладает следующими чертами:

1) Синкретичность (т.е. целостное представление об общественной жизни и явлениях природы).;
2) Антропоморфизм;
3) Символизм;
4) Бинарная система категория.

В первобытной культуре мифология выступает особой формой познания мира, К. Леви-Стросс утверждал, что мышление на ранних стадиях своего развития уже обладало способностью классифицировать и обобщать, что свидетельствует об особой структуре и рациональности мифа. В работе «Истина мифа» К. Хюбнер показал, что миф выполняет когнитивную функцию в культуре: наряду с наукой он является способом познания мира, в основе которого лежит собственная априорная система координат, обусловливающая мышление и опыт человека эпохи архаики. Сам миф уже «обладает априорным фундаментом, посредством которого определяется то, что есть объект в рамках его интерпретации реальности» [1, с.170]. В силу этих обстоятельств миф формирует картину мира человека, превращая хаос в осмысленный космос, упорядочивая все многообразие окружающего мира. Мифология принципиально отличается от философского мышления, тем, что ориентирована больше на образность, ассоциативность, традиции и бессознательное, в то время как философии присуща эмоциональная безразличность, критичность мышления, понятийность, стремление к обоснованному знанию.

Для мифологического сознания также характерно особое восприятие времени, на эту особенность указывает немецкий философ Г.В.Ф. Гегель в «Философии истории». Так, например, в поэтических произведениях часто идет речь о времени жизни царей, нереальных с точки зрения нынешнего человека сроках их правления, или царствования. И хотя эти цари являлись в какой-то степени историческими лицами, но описания их жизни баснословны; то эти царствующие особы исчезают из поля описания, то вновь появляются на арене истории, после того как, например, десять тысяч лет находились в изгнании. Так что числа, выражающие эти сроки, совсем не имеют реального содержания с точки зрения современного человека.

Классическим трудом по изучению мифа является работа А.Ф.Лосева «Диалектика мифа», в которой он представляет данную форму мировоззрения следующим образом: «…Миф – это такая диалектически необходимая категория сознания и бытия, которая дана как вещественно-жизненная реальность субъект-объектного, структурно выполненного (в определенном образе) взаимообщения, где отрешенная от изолированно-абстрактной вещности жизнь символически претворена в до-рефлективно-инстинктивный, интуитивно понимаемый умно-энергийный лик » [2, с.73]. Миф в понимании А.Ф.Лосева всегда внешне проявляется в символе, который становится именем, проявляясь в личности, т.о. миф представляет собой всегда личностную историю.

В период средневековья на смену мифологии приходит религиозное мировоззрение, но мифы не исчезают из человеческой культуры. Так, например, древнегреческий миф о происхождении человека древнегреческими богами сменяется мифом о сотворении всего живого единым началом сущего, т.е. Абсолютом. Если древние люди чувствовали универсум как живой и одушевленный космос, то средневековый человек противопоставляет подлинный мир земному существованию, дух материи, Бога и природу. Поэтому и реальность представляется ему как противоборствующая арена для добра и зла, а сама возможность вырваться из этого земного пространства связана только с личной верой во все христианские догматы. Средневековая мифология представляла собой пропаганду праведного образа жизни, который стремились соблюдать христиане, веруя в возможность попадания в рай.

Дальнейшее изучение мифологии происходило в рамках школы структурной антропологии. К. Леви-Стросс признает в мифологическом мышлении не только чувственность и метафоричность, но и усматривает в нем способность к логическому анализу и обобщению. Выявляя структуры первобытных мифов, ученый рассматривает мифологию как пространство бессознательных логический операций, которые построены на сведении к бинарным категориям языка. «Миф – это язык, но этот язык работает на самом высоком уровне, на котором смыслу удается, если можно так выразиться отделиться от языковой основы, на которой он сложился» [3, с.217]. Миф способен объяснить не только события прошлого, но и будущего, если ученому удастся вскрыть его структуры. Именно изучение мифологических структур бессознательного способствует формированию психоаналитической теории. Основоположник данной теории З.Фрейд считал, что мифы являются выражение определенной психологической ситуации, в основе которых вытесненные сексуальные комплексы людей. Миф, представляемый в качестве фантазматической реальности, конституированной по типу сновидения столкновением сознания и бессознательного, становится для психоанализа фундаментальной антропологической формой, истоком развития, как индивидуальной

психики, так и социального пространства в целом. К.Г.Юнг также связывал мифы с бессознательным началом в психике, которые зависят от воспроизведения коллективной бессознательной фантазии и символов в виде архетипов. Такая точка зрения растворяет мифологию в рамках психологии и сводит понятие мифа до продукта воображения мышления.

В наши дни человек по-прежнему продолжает творить мифы, только они ориентированы уже не на познание реальности (т.к. эту функцию взяла на себя религия), а на социальное осмысление происходящих в мире процессов. Миф в современной социокультурной действительности носит тотальный характер, ориентированный на эмоциональное воздействие. «Существование мифов в современной культуре, – говорит И.Т. Касавин, – очевидный факт, ибо всякая духовная культура на добрую половину состоит из мифов. Трансляция культурных архетипов – типичный мифологический процесс, в котором фигурируют культурные герои, процедуры, их культовое возвеличивание»[4].
Миф представляет собой способ манипуляции массовым сознанием (через распространение архетипов коллективного бессознательного в рекламе, искусстве, науке), орудие в руках власти. Только те идеи, которые эмоционально и экспрессивно окрашены, сводят все к категориям добра и зла, прекрасного и безобразного, способны найти отклик в сознании массового человека. Грамотное мифотворчество способно привести к идеологическому господству в политической сфере. В целом миф представляет собой иллюзорное отражение действительности, которое присуще только нерефлексирующему человеку. Современные мифология обращается к идеям справедливости, построения общего государства, равенства, обретению долголетия, вечной красоты и т.п.

Все вышесказанное позволяет нам сделать вывод о том, что миф является механизмом переработки социокультурного опыта в образы реальности и способом создания картины мира. Мифология обеспечивает стабильность социального порядка, реализует потребность человека все структурировать, познавать действительность, наряду с другими формами культуры. Мифы поддерживают культуру, реализуя познавательную, мировоззренческую, аксиологическую и социально-регулятивную функцию в обществе. В связи, с чем можно утверждать, что мифология не только феномен первобытной и современной культуры, но и значимая антропологическая категория нашего бытия. Некоторые исследователи сходятся во мнении, что мифологические структуры полностью не могут быть устранимы из нашей культуры, поскольку являются важными для человеческого общества. Таким образом, можно утверждать, что мифология является не только самой ранней формой мировоззрения человека, но и наиболее универсальной формой нашего бытия, поскольку люди обращаются к ней в каждый период своего развития.

Список литературы:

1. Хюбнер, К. Истина мифа. / К. Хюбнер. М.: Республика, 1996.
2. Лосев, А.Ф. Миф. Число. Сущность. /А.Ф. Лосев. М.: Мысль, 1994.
3. Леви-Строс, К. Структурная антропология / К. Леви-Строс. – М., 2001.
4. *Режабек, Е.Я.* Становление мифологического сознания и его когнитивности/ Е.Я. Режабек // Вопросы философии. 2002. № 1.
5. Галанина, Е.В. Миф как феномен современной культуры/ Е.В. Галанина. //Вестник томского государственного университета. Культурология. №305.

И. КАНТ И КЛАССИЧЕСКИЙ ЛЕГИСТСКИЙ ПОЗИТИВИЗМ: ОБОСНОВАНИЕ ПРАВА

Клевакина В.В.
Научный руководитель: д. философ науки, проф.Круглова И.Н.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

«Две вещи наполняют душу всегда новыми и
все более сильными удивлением и благоговением,
чем чаще и продолжительней мы размышляем о них,
это звездное небо надо мной и моральный закон во мне»
И.Кант

С именем великого немецкого философа *Иммануила Канта (1724 - 1804)* связывают начало немецкой классической философии. Творчество Канта в течение двух с лишним столетий подвергалось глубокому, нередко горячему и страстному, изучению, о нем написаны тысячи статей и книг, до сих пор издаются специальные журналы, посвященные его идеям и их развитию. Сегодня вряд ли возможно найти в мысли или жизни Канта какой-нибудь «закоулок», который бы остался неизвестным для исследователей. В то же время Кант в своем творчестве постоянно касался таких

вечных вопросов, на которые никогда не будет дан окончательный ответ, в связи с этим анализ его идей составляет необходимый момент в изучении философии.

Кант доказывал принципиальную несостоятельность всех традиционных метафизических аргументов и видел свое подлинное призвание в создании новой, трансцендентальной метафизики – метафизики как науки, которая рассматривалась им как завершение культуры человеческого разума.

Для понимания радикальной ревизии, которой Кант подверг трансцендентальную метафизику, следует отказаться от всяких попыток приведения его философии в согласие с классическим учением о бытии, высшем бытии, Боге. Это отнюдь не означает, что он просто отбросил основные идеи традиционной метафизики. Он отбросил их традиционное обоснование, отверг приписывающуюся им платоновскую трансфизическую реальность. Сами же эти идеи сохраняют для Канта жизненно важное значение, ради которого, собственно, он и предпринял обновление метафизики, – принципиально новое, трансцендентальное, по его выражению, истолкование ее основоположений. Настоящая цель исследований метафизики, утверждает Кант, - это только три идеи: Бог, свобода и бессмертие. Кант не только не отбрасывает этих идей, он систематически обосновывает их необходимость, безусловную принадлежность нравственному сознанию, практическому разуму, постулаты которого они образуют.

Бог, бессмертие, свобода не случайно являются основополагающими идеями всех метафизических учений, хотя, по мнению Канта, ни история человечества, ни человеческая психология не доказывают их необходимости. Это, согласно Канту, априорные идеи практического разума, т.е. нравственного сознания человека.

Весьма важной характеристикой учения о трансцендентальных идеях чистого практического разума является то, что Кант выделяет идею практической, т.е. нравственной, свободы человеческой личности, указывая на ее первостепенное значение по отношению к двум другим идеям. С точки зрения Канта, право является одним из способов нравственности. Классическое определение права, которое можно найти в исследовательской литературе гласит: право — один из видов регуляторов общественных отношений; система общеобязательных, формально-определённых, гарантированных государством правил поведения.

Право, как и любая другая сложная ценностно-нормативная система, претендующая на интерсубъективность и общезначимость, требует своего обоснования. В повседневной жизни и обыденных ситуациях мы поддерживаем свои ценности и нормы аргументами типа «так положено», «это – неприлично», «так поступают все», «это – не принято», «так делают только плохие дети»… И подобного рода доводов так называемого здравого смысла зачастую оказывается вполне достаточно для легитимации социальных правил. Иное дело – право, на основе принципов которого строится разветвленная и строго организованная система формализованных и официально принятых норм и полномочий, т.е. законодательство. Право с таким высоким и социально значимым статусом нуждается во всестороннем и «окончательном», предельно рационализированном и строго логичном теоретическом доказательстве своих притязаний на всеобщность. Такая система аргументации должна быть «конечной», или «финитной», т.е. она не может опираться на какие-то другие, а уж тем более не подтвержденные, доказательства, и, кроме того, должна обладать, как сказал бы Декарт, «ясностью и отчетливостью», иначе говоря – очевидностью.

Классический легистский позитивизм принято прежде всего связывать с Томасом Гоббсом, Шершеневичем, Джоном Остином. Право – это закон. Закон рассматривается как приказ суверена (это воля, пожелание субъекта направленное на совершение действия адресатом, т.е. право - это приказ. Приказ права – во-первых, исходит от суверена, который, во-вторых, обладает властью над обществом. Суверен - это группа лиц или лицо, которому подчиняется основная масса общества. По мнению Джона Остина, приказ может исходить непосредственно от суверена. Все приказы государства, которые обеспечиваются принуждением являются правом.

Габриэль Феликсович Шершеневич - русский юрист, цивилист, профессор Казанского и Московского университетов, депутат I Государственной Думы. Шершеневич считал, что право - это приказ государства. Это - государственная воля, выраженная в официальной форме (в форме закона). Понятие дедукции Кант в соответствии с юридическим языком своего времени в противоположность вопросу о факте связывает с вопросом о праве: дедукция есть доказательство права или справедливости притязаний. Кант противопоставляет дедукцию эмпирическую метафизической. Если в метафизической дедукции априорное происхождение категорий вообще было доказано их полным совпадением со всеобщими логическими функциями мышления, то в трансцендентальной дедукции была показана возможность их как априорных знаний о предметах созерцания вообще.

Но если Кант заявляет о проведенной метафизической дедукции категорий, то наличие эмпирической дедукции категорий он усматривает лишь в произведениях своих предшественников и современников Дж. Локка и, возможно, И.Н. Тетенса: «Объяснение того, каким образом понятия могут относиться к предметам, я называю трансцендентальной дедукцией понятий и отличаю ее от эмпирической дедукции, указывающей, каким образом понятие приобретается благодаря опыту и размышлению о нем, а потому касается не правомерности, а лишь факта, благодаря которому мы усвоили это понятие» [2, с. 80].

Проблема, решаемая в трансцендентальной дедукции категорий, состоит в ответе на вопрос, каким образом получается, что субъективные условия мышления имеют объективную значимость, т.е. становятся условиями возможности всякого познания предметов.

В ходе дедукции Кант истолковывает априорные понятия рассудка — категории — как априорные условия возможности опыта, причем как возможного в опыте созерцания, так и возможности самого мышления. Как объективные основания возможности опыта, категории оказываются необходимыми понятиями. В разное время Кант представлял различные варианты трансцендентальной дедукции категорий. Существенные различия в этом вопросе имеют первое и второе издания «Критики чистого разума»: если в первом издании Кант выделяет синтез схватывания в созерцании, синтез воспроизведения в воображении и синтез узнавания в понятии, то во втором издании он ограничивается первоначально-синтетическим и трансцендентальным единством апперцепции.

Современная нейрофизиология подтверждает, что без категорий рассудка невозможно построение ни одного чувственного воспринимаемого предмета. Этот процесс называется категоризацией. Кант доказывал, что понятие «право» не может быть явлением, и не обладает чувственно воспринимаем характером. Понятие «право» содержится в рассудке и представляет собой свойство правового. Стало быть, право есть ни что иное, как априорное конститутивное понятие рассудка и одновременно-регулятивная идея разума. В результате отрицания любой закон оказывается правовым. Законы принимаются государством, оно обеспечивает их обязательность силовым принуждением, то есть логической необходимостью следует закономерный вывод: у кого сила – тот и прав. Методологический подход легистского позитивизма к обоснованию правомерности права и закона приводит, к теоритической легитимации наиболее привлекательной для любого, государства и идеологии, государство всегда оказывается юридически правым и для него не существует ничего юридически невозможного.

Правом называется то, что приказывает власть. В установлении закона первенствующая роль, безусловно, принадлежит государству – законодателю, роль в формировании права морально – ценностной системы принципов, норм и полномочий может быть в лучшем случае второстепенной как по времени, так и по значимости и вкладу.

Процесс обоснования права не может проходить лишь в сугубо юридической сфере, но с необходимостью должен выходить в более широкую и универсальную область социальной жизни и морали, примером чего может служить философия И. Канта и его рассуждения о трансцедентальном обосновании права.

Список литературы:

1. Кант, И. Метафизика нравов//Кант И. Соч. В 8т. Т.6.-М.,1994. С.244-261.
2. Кант, И. Критика чистого разума//Кант И. Соч. В 8т. Т.3.-М., 1994. С. 80-126.

БАКУНИН М. А.: ОТ ФЕДЕРАЛИЗМА К АНАРХИЗМУ

Михеева А.В.

Научный руководитель: д. филос. н., проф. Круглова И.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Наше исследование посвящено известному мыслителю, деятелю международного революционного движения, являющемуся основателем анархизма и теоретиком федерализма, Михаилу Александровичу Бакунину. Понятие «федерализм» можно найти во многих научных статьях и учебниках по философии; оно обозначает принцип государственного устройства, основанного на федерации. Бакунин высоко ценил федерализм потому, что федеральные части связаны общим делом, но при этом никто никому не **принадлежит.** Бакунин в ходе своей интеллектуальной эволюции развивает два абсолютно разных содержания в понятии «федерализма»:

В первом варианте содержание понятия «федерализм», появившееся в творчестве русского мыслителя до середины 1860-х годов, речь идет о форме государственного устройства как форме

организации больших пространств, примером которой может служить, по мнению Бакунин, «славянская» или «европейская» федерации».

Во втором варианте содержание понятия «федерализм», появившемуся к концу 1860-х годов, Бакунин говорит о собственно анархической концепции «федерация», которая на этот раз оказывается противопоставленной «государству» как таковому, что для мыслителя синонимично любым формам деспотии. Теперь уже само начало «государственности» понимается как зло, как нечто, несовместимое со свободой, — и «федерация» выступает как иной, альтернативный принцип социальной организации, свободный от любых способов «власти». Цель федерации в данном случае формулируется как «разрушение всех государств, уничтожение буржуазной цивилизации, вольная организация снизу вверх посредством вольных союзов – организация распущенных рабочих, принадлежащих к низшим слоям общества, всего освобожденного человечества, создание нового общечеловеческого мира» [1, с.97].

С точки зрения Бакунина, принцип федерализма имеет, как преимущества, так и недостатки. Преимуществами являются:
1. препятствие злоупотреблениям власти, то есть разграничение предметов ведения между федерацией в целом и ее субъектами существенно ограничивает власть; наличие специфических интересов субъектов федераций требует их согласования и препятствует монополизации власти;
2. эффективность инноваций – это когда федеративная система государственного устройства позволяет уменьшить количество ошибочных решений на общегосударственном уровне; при федерации существует возможность одобрения любых нововведений, проектов, реформ в одном или нескольких субъектах федерации;
3. расширение возможностей предотвращения конфликтов, в результате чего в федеративных государствах сужается социальное пространство конфликтов; чаще всего в таком случае они возникают и развиваются на региональном уровне, носят автономный характер и не подрывают стабильность государства;

4. активизация политического участия: федерализм позволяет разнообразить формы политического действия; индивиды имеют право участвовать не только в выборах общефедеральных органов власти, но и на уровне субъектов федерации, а также в органы местного самоуправления;

5. военные и политические преимущества заключаются в следующем: принцип федерализма позволяет объединить ресурсы и силы для обеспечения национальной безопасности и достижения внешнеполитических целей;

6. экономический выигрыш будет состоять в том, что федеративное государственное устройство позволяет снять таможенные барьеры между регионами, минимизировать затраты для внутреннего перемещения товаров, рабочей силы и других ресурсов, а также создать общие «правила игры» в экономике, что существенно облегчает работу на внутреннем рынке.

Недостатки у принципа федерализма тоже существуют, и они достаточно значительные:
1. эгоизм субъектов федерации заключается в том, что каждый субъект имеет специфические интересы, которые могут противоречить интересам других субъектов. Стремление к их реализации, ущемляющее интересы других участников федерации, ослабляет государство в целом;
2. проблемы координации состоят в том, что усложняется координация деятельности органов власти, особенно, если они мало зависят друг от друга; полицентризм власти приводит к затягиванию решений, что обусловлено необходимостью их согласования между различными уровнями власти; возникают проблемы строительства властной вертикали;

3. социально-экономическое неравенство тоже присутствует с неизбежностью, ведь в условиях федерализма возможно существование достаточно глубоких социальных различий (на уровне экономического развития, доходов населения и тому подобное) между различными регионами и субъектами федерации.

Роль М.А. Бакунина в возникновении анархизма как организованного идейно-политического течения трудно переоценить. Вокруг него сплотились в конце 1860-х – начале 1870-х гг. те активисты Первого Интернационала, которые затем вместе с ним положили начало мировому анархистскому движению. В научной литературе можно найти множество разных определений понятия «анархизм» (от греч. anarhia - безвластие), среди которых – самое распространённое следующее: общественное политическое движение, которое выступает за немедленное уничтожение всякой государственной власти. По сути дела, это – теория о неограниченной свободе и равенстве людей. Основоположниками данной теории в России являются М. А. Бакунин и П. А. Кропоткин. Основными принципами теории анархизма явились положения о ликвидации классов, уравнивании в правах всех людей, отсутствии правительства, замене частной собственности на владение,

означающее, что каждый будет располагать неким имуществом, которое нельзя передавать или уступать кому-либо.

Если под анархией понимать то, что предполагал Бакунин, то для этого общество по своим морально - нравственным качествам должно быть очень сознательным, причем, при любых обстоятельствах. При современных обстоятельствах морально - нравственное состояние общества, кроме беззакония, вседозволенности и небывалого бардака с фантастическим разгулом преступности, анархия, на наш взгляд, не получится.

У принципа анархизма тоже имеются свои преимущества и недостатки. В теории анархизма преимуществами считают:

1. Отсутствие власти. Каждый человек вправе владеть своей судьбой и делать в своей жизни то, что считает нужным.

2.Свобода от принуждения - человек решает самостоятельно, как ему нужно обустроить свою общественную и личную жизнь.

3.Свобода ассоциаций. Подразумевается, что человек может организовывать или вступать (а также покидать) любые общественные организации, руководствуясь лишь своим желанием и волей. Члены организаций обладают абсолютно одинаковыми правами. Любая демократическая форма правления в таких организациях рассматривается как единственно возможная.

4.Взаимопомощь (сотрудничество). Когда люди работают вместе, они добиваются большего результата и значительно быстрее. Так, анархисты могут объединяться по предмету общих проблем и решать их сообща (например: строительство, самообеспечение продовольствием и тому подобное).

5.Разнообразие. Желание власти организовать общественный строй по шаблону или вогнать устоявшиеся формы взаимодействия в бюрократическую форму правления вызывает различные катаклизмы, начиная от недовольства общества, заканчивая экологическими проблемами. Анархисты могут объединяться в различные организации таким образом, чтобы максимально удовлетворить свои потребности. При этом они взаимодействуют естественно и непосредственно между собой благодаря разнообразию. Разнообразие людей приводит к тому, что их становится сложнее контролировать.

Так же у данной теории есть и немалое количество недостатков, основными из них являются:

1.Принуждение к действию / бездействию, не зависимо от желания человека.

2. Анархическое государство якобы заботится об интересах народа, а не личности (как конкретной, так и в целом)

3.Меньшинство управляет большинством вне зависимости от желания отдельных людей;

4.Мнение меньшинств и отдельных людей вообще отбрасывается во время волеизъявления, если количество голосов не насчитывает 1-3% населения.

5.Наличие насилия в любых формах.

6.Общественный строй основан на подавлении одних другими (так называемое, преобладающее право или сила права), а не сотрудничество.

7.Отсутствие свободы ассоциаций - человек регистрируется, получает гражданство, платит налоги и регистрирует предпринимательские инициативы вне зависимости от своего желания или убеждений.

8.Отсутствие конфиденциальности в личной жизни: в законодательстве любого государства существуют пункты, которые лишают вас конфиденциальности личной жизни, если органы государства вами просто заинтересовались. В некоторых странах власть может прослушивать ваши телефонные разговоры вообще без объяснения причин.

Главной задачей социальной революции Бакунин считал разрушение исторических централизованных государств, с заменой их свободной, не признающей писаного закона, федерацией общин. По мнению Бакунина, долгом каждого честного революционера должна была стать поддержка в народе инстинктивного духа протеста, его постоянной готовности к революции. “ Живой ток революционной мысли, воли и дела” должен был разбить традиционную замкнутость крестьянского мира, наладить связь между фабричными работниками и селянами и создать на их основе несокрушимую силу, способную одним махом произвести в стране социальную революцию. В своей манифесте-книге “Государственность и Анархия” он предложил своим последователям единственную форму революционной борьбы - немедленное всенародное восстание для разрушения государственного строя. Бакунин объявлял себя врагом любой власти, на первое место он выдвигал борьбу с государством и его институтами. Нам кажется, что именно поэтому он посчитал необходимым перейти от федерализма к анархизму.

Список литературы:

1. Бакунин, М.А. Федерализм, социализм и антитеологизм / М.А. Бакунин Философия. Социология. Политика. -М.: Павда, 1989. Государственность и анархия. Борьба двух партий в интернациональном обществе рабочих.

2. Бакунин, М.А. Программа общества международной революции /М.А. Бакунин Анархия и Порядок: Сочинения. - М.: ЭКСМО - Пресс, 2000. С,319 -320.

3. Философия: учебник для бакалавров/ В. Н. Лавриненко, Г. И. Иконникова, В. П. Ратникова, В. В. Юдин; под ред. В. Н. Лавриненнко. - 6-е изд.,перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2014.- 575с.-Серия:Бакалавр. Базовый курс.

4. Хейвуд, Э. Политология: Учебник для студентов вузов /Пер. с англ. под ред. Г.Г. Водолазова, В.Ю. Вельского, Э. Хейвуд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 544 с. (Серия «Зарубежный учебник»).

5.Дамье, В.В. Михаил Баукунин: от социалистического федерализма к анархизму/В.В. Дамье //Философские науки. - №7. 2014. – С. 83 – 103.

6. Герасимов, Н.И. М.А. Бакунин и философия русского зарубежья / Н.И. Герасимов //Философские науки. - №7, 2014. – С. 103-113.

СМЕРТЬ КАК ПРОДОЛЖЕНИЕ ЖИЗНИ

Рябенко.М.А.

Научный руководитель: ассистент Кубасова. Я.В

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

При разработке выбранной темы, я буду опираться на учения великих буддистов, которые практиковали духовную основу, на протяжении всей жизни. К тому же важность этой проблемы, обусловлена тем что каждого из нас ждет завершение жизни, и от того как мы к этому подготовимся будет зависеть дальнейший путь нашей души. Данная тема раскрывает лишь малую часть учений и истории индийских монахов, а именно, как они относились к смерти, как готовились к этому. В буддизме смерть рассматривается как обычное явление от которого никуда не деться, как обычный процесс нашей земной жизни. Духовный лидер последователей буддизма Тибета Далай-лама пишет: «Зная, что я не смогу избежать смерти, то не вижу причин для волнений»[4]. Я считаю, что смерть скорее похожа на смену одежды, старой и изношенной, чем на окончательный уход[4]. «Смерть непредсказуема: мы не знаем, как и когда это произойдет. И поэтому было бы благоразумно заранее подготовиться к ней». Учителя Буддисты говорят, что человек живет для того, чтобы правильно умереть. В их понимании они рассматривают жизнь и смерть как единое целое, где смерть есть просто начало другой жизненной главы. В одной знаменитой «Тибетской книге мертвых»[2] описано единство жизни и смерти как череда постоянно меняющихся переходных реальностей под названием «бардо». Термином «бардо» в индийской философии часто называют, промежуточное состояние человека между его рождением и его смертью. В настоящий момент мы находимся в промежуточном состоянии между рождением и смертью. Это состояние носит название «бардо этой жизни». Как утверждают монахи, «бардо» постоянно происходят как в жизни, так и в смерти, и являют собой обычное направленное позитивное стечение обстоятельств, когда вероятность освобождения увеличивается от постоянного круговорота рождений и смертей. В самый последний момент, момент смерти, обыкновенный ум погибает со всеми своими иллюзиями и мыслями, и в этом самом промежутке, открывается бездонная глубь небес — истинная природа нашего необыкновенного разума. Учения «бардо» говорят, о том, что смерть — это не что иное, как три фазы процесса постепенного проявления ума: от изначально-чистого состояния самой сути природы ума, проходя через свет и энергию (излучения природы ума), до нарастающего уплотнения в ментальную форму.[2]

1. Во время кульминации процесса умирания, после растворения элементов, чувств и состояний ума обнажается на какое-то мгновение совершенная природа ума - сияние основы. Это состояние безусловной истины, в которой никогда не было иллюзий и незнания, а также различных концепций.

2. Потом на какое-то мгновение проявляется излучение этой природы ума, выражаясь в звуках, цветах и свете. Это измерение совершенного наслаждения, область бесконечного многообразия, находящегося за гранью пространства и времени, за гранью рамок двойственности.

3. Далее сознание умершего пробуждается и входит в «бардо формирования», где обычный ум возвращается и проявляется в форме ментального тела, несущего в себе прошлую карму и

привычки. Это сфера уплотнения в форму, где обычный ум принимает иллюзорность «ощущений бардо» за что-то реальное.[2]

Когда в «бардо формирования» приближается время для нового рождения, то вы все больше и больше ощущаете сильную потребность в поддержке материального тела и видите различные знаки, предупреждающие вас о том мире, в котором вы, возможно, родитесь. Обычные люди, не распознавшие природу ума при жизни, практически не имеют шансов на прекращение круговорота рождений, и даже на выбор своего будущего рождения. Во время смерти сознание человека вообще не может себя контролировать, потому что оно находится в плену иллюзии, которая в момент смерти имеет наибольшую плотность. Только великие души, которые постигли истину, могут выбрать себе рождение или полностью от него освободиться .Только когда мы изучим природу нашего разума при обыденной жизни. И лишь тогда сможем понять и распознать ее в самый важный момент, в момент ухода из жизни, то есть смерти, и достичь главного — освобождения. То есть тому, кто готов верить и занимается практикой, к нему, конец жизни приходит не как поражение, а как победа, над своим духом, как самый потрясающий и возможно самый счастливый момент жизни. Так как такой человек познал себя, познал кто он и зачем он здесь, то есть достигнул того самого, что в Упанишадах называется «поворотом сознания». «Упанишады» это древнеиндийские трактаты религиозно-философского характера. Дословно переводится как «сидеть около, то есть у ног Учителя, получая наставления в духовных беседах с целью познания истины; отсюда - сокровенное знание, тайное учение) - древнеиндийские произведения религиозно-философского характера, относящиеся к классу шрути («откровения»), примыкающие к Ведам как объяснение их эзотерического (тайного) смысла.»[4]. Тибетский святой Миларепа говорил:

«Самый страшный Ужас перед смертью погнал меня в горы,
опять и опять я медитировал о неопределенности часа своей смерти,
Покорив крепость бессмертной бесконечной природы ума.
Теперь со страхом смерти покончено, он бесследно исчез»[4].

Тибетские философы объясняют его слова так, когда человек осознает в себе спокойное, подобное небу, неизменное присутствие того, что Миларепа назвал «бессмертной и бесконечной природой ума», он приходит также к пониманию «иллюзорности этого мира», к пониманию сущности жизни и смерти в этом мире. То есть весь наш мир есть своего рода сон. А Мир в свою очередь это проявление нашего сознания, где есть взаимосвязь всех вещей и нас самих. «В этом физическом пространстве есть бесконечное количество миров. В каждом элементе или объекте присутствуют еще более бесконечные создания и миры, но все это существует только в бесконечном неделимом Сознании, а не как реальные субстанции. Ничего не было создано с самого начала. Одно только сознание существует как пространство, огонь, земля, воздух, горы и т.д., нет деления или двойственности между сознанием и созданным миром»[6].

«Старость надвигается, как преследующая тигрица;
жизнь утекает, как вода из разбитого горшка;
болезни атакуют, как враги. Вот почему необходимо стремиться к лучшему.
Пока горе не пришло, пока не обрушились бедствия,
пока чувства способны воспринимать - до тех пор следует стремиться к лучшему.
Пока тело сохраняется, следует искать истину -
только глупый человек начинает рыть колодец, когда его дом уже загорелся».[3]

Великий индийский святой Шри Рамана Махариши говорил своим ученикам: «Сон - это временная смерть. Смерть - это более длительный сон.»[4] Если человек умирает, оставаясь живым, то ему не нужно горевать о смерти других людей. Существование человека очевидно, с телом или без него, как в бодрствовании, сновидении и глубочайшем сне. Тогда почему он жаждет длительного пребывания в телесных оковах? Пусть человек отыщет свое не умирающее «Я», умрёт и будет бессмертным и счастливым».[4]

Один из мировых учителей Крийя Йоги Парамахамса Харихарананда говорил, что проблема смерти в действительности не является особой тайной. Истина состоит в том, что нет различия между смертью и жизнью. Ничто в действительности не мертво. Так же, как атомы в неодушевлённой материи, такой как металлы, находятся в непрерывном хаотичном движении и быстрой вибрации, точно так же и атомы в плоти трупа находятся в непрерывном движении и быстрой вибрации. Различные формы материи - это проявление одной и той же великой жизненной силы, так же как вода, лед, пар и снег - различные проявления одного и того же вещества. Вся материя, включая неодушевлённые и мёртвые тела, - проявление жизни. Жизнь спит в сырой земле, видит сны о красоте в цветах, пробуждается в виде силы в животных и в человеке проявляется в виде сознания с

бесконечными возможностями. Индивидуум проходит через различные стадии жизни и накапливает переживания и впечатления своих действий в подсознании. Как только истощается прарабдха-карма, которая обусловила его рождение, астральное тело отделяется от грубого тела. Это и называется смертью. Однако в действительности это только разделение двух тел. После чего происходит, самое главное реинкарнация, и если вы хорошо готовились, медитировали, практиковали, высшие духовные чувства и хорошо обращались со своим телом. То под действием хорошей кармы, после того как их тела придут в негодность, они рождаются вновь — со счастливой судьбой, и в небесных мирах. [5]

Список литературы:

1. Беседы с Шри Раманой Махарши. Как быть Собой – чистым Счастьем: В 2 т. / Сост. и пер. с англ. О. М. Могилевера / М. – Тируваннамалай: "Ганга" – Шри Раманашрам, 2006.– Т. 1. – 472 с

2.Карл Юнг. Тибетская книга мёртвых./ Пер. с англ. В. Кучерявкина, Б. Останина. СПб.: Амфора- 1999

3.Индусская книга смерти. Гаруда-Пурана Сародхара / Переводчик Неаполитанский С.-1991

4.Ринпонче, С. Книга жизни и практики умирания./ С.Ринпонче. Перевод. Антонова -2013

5. Парамахамса Праджнянананда, шестое англоязычное издание, 2004 (первое издание – 1977)/Крийя-иога.научный процесс культуры души и сущности всех религий.

6. Йога Васиштха Свами Венкатесананда / http://www.advayta.org/binaries/file/news/f_216.pdf

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА ПРЕСНОЙ ВОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ

Шиляева Д.К.

Научный руководитель: ассистент Кубасова Я.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Вода – основа всего живого на Земле. Это известно каждому человеку еще с незапамятных времен. В частности, будем говорить именно о пресной воде, запасов которой сравнительно немного на всей планете. Поэтому ценится она «на вес золота». Но, тем не менее, мы нерационально используем этот ресурс, что влечет за собой немало как экологических, так и социальных проблем.

В культуре многих народов мира вода считается началом всех начал. Фалес Милетский (624-547 до н.э.) - говорил: *»Все элементы мира, сам мир и то, что в нем рождается, возникает из воды. И в неё возвращается. Земля плавает в воде».* Ему же принадлежат слова: *»Воистину вода лучше всего».* Утверждение о том, что вода – первоисточник всего, стало аксиомой философии древнего мира. Роберт Боил (1627 –1691) писал: *»… хаос, из которого всё возникло, материальная основа Вселенной, был водой».[1]*

По сути, вода = жизнь, ибо все живые существа: растения, животные и люди в том числе, действительно состоят из воды. Но, если посмотреть на нынешнее положение дел, то мы сможем заметить, что в скором времени человечество окажется в той ситуации, когда запасы пресной воды будут на критически низком уровне. Для того чтобы в этом убедиться, мы ознакомимся с некоторыми данными.

Пресной воды всего 3% от всего Мирового океана.(см. Рис.1) **Большую часть** пресной воды в среднем человечество изымает из рек, озер. В мире на одного человека ежегодно расходуется в среднем 30 м^3 воды, из них 1 м^3 для питья. В некоторых странах на одного человека приходится всего 2 м^3 воды в год. Здесь она оказывается одним из самых дорогих ресурсов. В нашей стране в мелких населенных пунктах потребление воды не превышает 30 л в сутки на одного человека, в некоторых районах — даже 5—6 л. В жилищах с канализацией и водопроводом оно достигает 200 л/сут, а в домах, оборудованных горячим водоснабжением, — еще выше. Если к ежегодному потреблению человеком пресной воды, в 60 т., добавить еще 300 т. воды, необходимой для удовлетворения других его жизненных потребностей, то годовое потребление пресной воды на одного жителя планеты составит 360 т. А людей на планете порядка 7 миллиардов 289 миллионов(По данным счётчика www.countrymeters.com 25 апреля 2015г.)[2].

Из этого следует, что ограниченные единовременные запасы пресной воды могли бы быть исчерпаны в течение трех или четырех месяцев, а возможно и в меньшие сроки. Цифры ужасают, но именно так все обстоит в наше время.

Все мы прекрасно понимаем, что если человечество будет двигаться по этой траектории с такой же скоростью, то это приведет к неминуемой катастрофе. Но почему же тогда человек не может этого предотвратить? Почему мы не можем использовать пресную воду более экономно?

Почему человек, понимая всю важность и ценность пресной воды, вместо того, чтобы беречь, наоборот постоянно загрязняет ее?

Рис.1 [3]

Вопросов много. И ответы далеко неоднозначны. У всех мысли и мотивы разные. Если подумать, то вряд ли каждый день, когда мы просыпаемся, мы думаем о том, что нужно беречь воду, сэкономить литр другой и прочее. Подавляющее большинство привыкло к тому, что у нас всегда есть вода в ванной, на кухне, пользуясь ей каждый день нам кажется, что она, по сути, бесконечна. Ровно так же не всякий предприниматель задумывается о том, что он использует огромное количество воды на производстве, кроме того еще и загрязняет ее первоисточник. Многие предприниматели делают это только в силу желания получить более высокую прибыль: **используешь больше ресурсов → производишь больше продукции → получаешь от нее большую прибыль.** Все просто. Но тогда почему предприниматель, имея огромную прибыль, не может выделить деньги на отчистку воды? Тут тоже все просто. Все из личных побуждений. Человек просто в силу своей алчности не захочет тратить эти деньги на очистные сооружения и будет всячески увиливать от этого путем обмана.

В итоге, мы имеем загрязненные водоемы. Почему это плохо? Повторю еще раз фразу: «Вода-основа всего живого на земле». Все живые существа состоят из воды, все питаются водой. Благодаря воде растут растения, она является средой обитания огромного количества существ, в природе благодаря ей происходит множество важных процессов, и вообще, о полезности воды можно говорить очень много. Но теперь давайте представим, что будет, если большая часть пресной воды будет загрязнена, при этом ее запасов будет в сотни раз меньше ,чем сейчас. Растения и животные погибнут от воздействия токсичных веществ, люди получат серьезные отравления, эти же токсичные вещества будут испаряться вместе с водой в воздух, что также начнет загрязнять атмосферу. Начнут развиваться патогены. Люди будут в панике. Наступит настоящая катастрофа. В какой-то степени можно назвать это даже «концом света», ибо все погибнет в страшных мучениях.

Мы в состоянии понять и представить, как это будет. И так же мы можем представить, как это предотвратить. «*В частности, следует ограничить сбросов в водоёмы, а также усовершенствование технологий производства, очистки и утилизации. Также важным аспектом является взимание платы за сброс сточных вод и загрязняющих веществ и перечисление взимаемых средств на разработку новых безотходных технологий и сооружений по очистке*» [4]. Какие выходы можно найти из такого положения дел? Во-первых, нашим будущим поколениям следует «прививать» любовь к природе. Природа дает нам все: полезные ископаемые, пищу, воду и так далее. Как природа заботится о нас, так и мы должны ее беречь, чтобы была возможность дальше пользоваться ее дарами. Это и нужно доносить до будущих поколений, хотя нынешнему поколению

это тоже не помешало бы усвоить, потому что только от нынешнего поколения зависит, в каком мире будут жить их потомки.

Во-вторых, в наше время деньги решают все. Это именно тот случай, когда за деньги можно купить все. Большинство людей подавлено манией денег, получения богатства, собственного обеспечения. Но эта мания может привести к проблемам, в том числе и экологическим. Об этом упоминалось выше. Все это я веду к тому, что люди должны быть менее алчными, а так же поменять свои моральные принципы. Ведь в мире есть вещи, которые куда важнее и дороже денег, непреходящие ценности, делающие жизнь человека более осмысленной.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что на данный момент малое число людей действительно задумываются о проблеме водных ресурсов, в особенности касающихся пресной воды. Мы привыкли к тому, что пресная вода всегда имеется в достаточном количестве. Но реалии таковы, что она, как и солнечная энергия, и любой другой ресурс, может рано или поздно закончится. Поэтому мы должны более бережно относиться к этому драгоценному ресурсу и использовать его более рационально.

Список литературы:

1. Бобров Р.В. Рыбацкое счастье в чистой воде/Р.В. Бобров//Природа и человек. Свет. – 2003. - №6. – С. 66-67.
2. Банников, А.Г. Основы экологии охрана окружающей среды. / А.Г. Банников. М.: Изд-во «Колос». - 1999. - С.134.
3. Кушнаренко, А. Дефицит пресной воды: проблемы и способы решения/А. Кушнаренко // THE WALL Magazine.2015.
4. Исмагилов, Р. Р. Проблема загрязнения водной среды и пути ее решения/Р.Р. Исмагилов // Молодой ученый. 2012. №11.С. 127-129.

О ВРАЩЕНИИ НЕБЕСНЫХ ТЕЛ

Дикань А.А.

Научный руководитель д.ф.н.,проф. Павловский В.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Образуя собственную гелиоцентрическую концепцию, Коперник основывался в общематематический и кинематический аппарат концепции Птолемея, в приобретенные заключительным определенные геометральные и числовые закономерности. Таким образом, в модели Птолемея все без исключения планеты покорялись единому закону: радиус-вектор каждой земли в эпицикле постоянно соответствовал с радиус-вектором Земля — Солнце, а перемещение согласно эпициклу с целью высших планет (Марс, Юпитер, Сатурн) и согласно деференту для нижних (Меркурий, Венера) происходило с общим для всех планет годичным периодом. В модели Коперника этот закон приобрел элементарное и здравое объяснение. Главное и практически только единственное творение Коперника, результат более чем 40-летней работы — «О вращении небесных сфер». Творение опубликовано в Нюрнберге в 1543 г.; оно печаталось под надзором наилучшего учащегося Коперника, Ретика.

Нюрнбергский богослов Андреас Озиандер, которому Ретик доверил издание книги Коперника, с предосторожностью обеспечил ее неподписанным предисловием,в коем заявил новейшую форму условным математическим приёмом, выдуманным с целью уменьшения вычислений.

По структуре основная деятельность Коперника практически повторяет «Альмагест» в немного сокращённом варианте (6 книжек взамен 13). В основной книге (части) рассказывается о шарообразности мира и Земли, а взамен утверждения о неподвижности Земли размещена другая аксиома: Земля и прочие планеты крутятся около оси и обращаются около Солнца. Данная теория основательно доказывается, а «мнение древних» наглядно опровергается.

Эти утверждения целиком противоречили главенствовавшей в этот период геоцентрической концепции Птолемея. Реальное перемещение планет никак не считается кольцевым и размеренным, и техника эпициклов была неспособна надолго согласовать модель с наблюдениями. Из-за этого таблицы Коперника спустя время значительно расходились с наблюдениями, то что достаточно озадачило и охладило восхищенных сторонников новой концепции.

Модель мира Коперника является грандиозным шагом вперёд и сильным ударом по устаревшим авторитетам. Низведение Земли вплоть до степени обычной земли как планеты определённо подготавливало Ньютоновское сочетание земных и небесных природных законов.

В 1616 г., при папе Павле V, католическая церковь публично не разрешила следовать и охранять концепцию Коперника как гелиоцентрическую концепцию мира, так как подобное толкование противоречит Писанию.

Вопреки устоявшемуся суждению, сама книга Коперника была официально запрещена инквизицией лишь на 4 года, однако подверглась цензуре. В 1616 г. она была записана в римский показатель воспрещённых книг с пометкой «вплоть до корректировки». Требуемые внести цензурные правки, которые нужно было привнести собственникам книги с целью способности последующего применения, были афишированы в 1620 г.

Книга Н. Коперника «О вращение небесных сфер» (1553г.) сыграла большую многознаменательную, общефилософскую и научную значимость в избавлении науки и философии от цепей религии. С 16- начала 17 века наступает яркое формирование теоретической и экспериментальной науки, философии, техники.

Список литературы:

1. Ахутин, А. В. Новация Коперника и коперниканская революция. Тяжба о бытии. / А. В. Ахутин. М.: РФО, 1997. С. 181-243.
2. Райтсмен, Б. Коперник — великий преобразователь астрономии/Б. Райтсмен // Земля и Вселенная. 1986. № 3.
3. Белый, Ю. А. Коперник, коперниканизм и развитие естествознания. /Ю.А. Белый. ИАИ, Вып. XII. С. 15.
4. Веселовский, И. Н. Очерки по истории теоретической механики. / И. Н. Веселовский. М.: Высшая школа, 1974. — 287 с.
5. Дмитриев, И.С. Искушение святого Коперника: ненаучные корни научной революции. /И.С. Дмитриев. Издательство С.-Петербургского университета, 2006.

ПРОБЛЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Пищур Е.В.

Научный руководитель д.ф.н., профессор Павловский В.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Проблема образования в современном российском обществе заключается в кризисе всей системы образования, снижении качества подготовки как в средней школе, так и вузах. В качество подготовки входят такие понятия как знания и умения. Организация учебной деятельности в России берёт начало из советской системы образования. Остались те же школы, институты, но поменялись методы получения знаний. В XXI веке стремительно развивается научно-технический прогресс, и сегодняшние учебные программы для образовательных учреждений завтра могут быть уже устаревшими. Проблема снижения качества подготовки учеников заключается в том, что средние школы ориентируются на западноевропейскую систему, на Болонский процесс. С введением ЕГЭ учащиеся перестали получать весь объём знаний, предусмотренный программой образований, так как учителям приходится именно «натаскивать» учеников на ЕГЭ по своему предмету, чтобы учащиеся хотя бы переступили минимальный порог. Но для способных учеников такого «натаскивания» бывает недостаточно, чтобы поступить в вуз. Многие старшеклассники вынуждены обращаться к репетиторам. Обучение почти не связано с практической, трудовой деятельностью человека.

С каждым годом людей, стремящихся получить высшее образование становится все больше и больше. Непосредственно это влияет на отсутствие настоящего конкурса, в вузы поступают абсолютно все. А происходит это оттого, что знания превратились в товар, который можно получить, только заплатив некоторую сумму денег. В большинстве случаев получается так, что тот, кто раньше заплатил за обучение, тот и поступил. В связи с этим многие достойные выпускники не проходят такой конкурс. Ещё можно отметить, что многие юноши поступают в вузы лишь для освобождения от воинской обязанности, и в результате не стремятся усвоить учебный материал, что ведет к увеличению числа некачественно подготовленных специалистов. Многие темы пропускается или изучаются поверхностно. Одной из причин этого является сокращение времени обучения, студенты не могут полностью освоить этот материал за 4 года обучения, который ранее изучали за 5 лет.

Из-за минимального и/или слабого развития творческого уровня знаний учащиеся не умеют правильно разбираться в передаваемых им знаниях, в результате опять же происходит слабое освоение учебной программы. Сегодняшняя система высшего образования направлена на подготовку людей с абстрактными знаниями, нежели на подготовку специалистов практической направленности. В большинстве своем теоретические знания оторваны от практической деятельности. Учащиеся не умеют использовать полученные знания в своей профессиональной деятельности.

Проблема падения престижа обучения в колледжах (ранее техникумах и ПТУ) возникла уже давно и продолжается до сих пор. По статистике число студентов, обучающихся в вузах, во много раз больше, чем в колледжах. Отсюда следует, что в России не хватает профессионально подготовленных рабочих, связанных с материальным производством. Но это только верхушка айсберга.

С проблемой трудоустройства сталкивается почти каждый выпускник вуза. Здесь можно выделить несколько пунктов. Во-первых, может случиться так, что в процессе получения образования специальность, на которой обучался студент стала невостребованной. Во-вторых, непредсказуемый рынок труда, связанный с экономическими кризисами, по которым почти невозможно сделать какие-либо прогнозы, чтобы как-то отрегулировать проблему трудоустройства. В-третьих, из-за отсутствия стажа работодатели отказываются принимать молодых специалистов на работу. А где взять опыт работы человеку, который только вчера получил диплом о высшем образовании? В-четвертых, молодые кадры имеет не такое активный спрос, как те, кто уже давно окончил вуз и работает по специальности.

Все российские учебные заведения разных уровней сталкиваются с одной очень важной проблемой - проблемой финансирования. Постоянная нехватка денежных средств очень сильно влияет на уровень заработной платы работников в сфере образования. С каждым годом эта проблема обостряется все больше и больше, поэтому молодые специалисты не хотят идти работать за такие мизерные зарплаты без всяких гарантий и перспектив развития. Особенно на селе эта проблема ощущается очень остро. Образование финансируется по остаточному принципу. В первую очередь государство выделяет средства на оборону и социальные программы, а здравоохранение и образование отодвигаются на дальний план. Почему так происходит? Я считаю, что если значительно больше средств будет выделяться на образование, то будет быстрее повышаться производительность труда, будут развиваться все сферы жизни общества.

Список литературы:

1. Павловский В.В. (Красноярск). Год 2014-й: новая историческая ситуация и образование в России/В.В. Павловский//Философия образования. - 2014. - №5(56). – С. 15-24.
2. Пугачёв А.В. (Новосибирск). Федеральный закон «Об образовании в Российской федерации» и правосознание в образовании/А.В. Пугачев// Философия образования. - 2014. - №5(56). – С. 86-94.
3. Мороз Е.Ф. (Железногорск). Система образования как фактор обеспечения глобальной безопасности/Е.Ф. Мороз// Философия образования. - 2014. - №5(56). – С. 24-36.
4. Данчай-оол А.А. (Санкт-Петербург, Кызыл). Влияние цивилизованных процессов на образование/А.А. Данчай-оол// Философия образования. - 2014. - №5(56). – С. 5-15.
5. www.fevt.ru/publ/problemy_obrazovanya/25-1-0-345

К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ И РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

Шустова Т.П.

Научный руководитель: д.ф.н., профессор Павловский В.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современной России проблема гражданского общества является весьма актуальной в связи с необходимостью развития общества по пути к демократии, расширения прав и свобод граждан.

На сегодняшний день в России существуют глубокие противоречия во взаимоотношениях между социумом и властью, в результате чего есть не только недоверие бедных к богатым, но и неприязнь богатых к бедным, прежде всего к любым формам проявления заинтересованности общества к проблемам национального масштаба. В связи с этим отмечается недостаточное взаимодействие государства с институтами гражданского общества, нередко игнорируется открытое недовольство снизу, есть попытки превратить активность гражданских движений и объединений в мнимую активность.

Россия в лице своего общества ощущает серьезные вызовы, с которыми государство не в силах бороться в одиночку (терроризм, коррупция в органах власти, высокий уровень бедности и т.д). И лишь объединение сил государства и гражданского общества будет эффективно противостоять этим вызовам, так как оно сможет использовать максимально возможное количество инструментов применимых к той или иной проблеме. Развитие же этих отношений должно идти с обеих сторон.

Многочисленные организации, союзы и объединения в нашем государстве автономны лишь формально. В реальной жизни всё обстоит иначе. Но, несмотря на это, процессы, направленные на развитие гражданского общества, в РФ уже начались.

Сейчас существуют и функционируют элементы гражданского общества, присутствующие во всех сферах общественной жизни.

Для гражданского общества создана обширная инфраструктура с помощью, которой возможна обратная связь с органами власти через различные каналы: отправкой индивидуальных или коллективных писем, взаимодействие через политические партии, Интернет, СМИ и т.д.

В XVII веке Т.Гоббс писал: “Вне государства – война, бедность, одиночество, варварство, невежество; в государстве – разум, безопасность, богатство, знание и благосклонность”. Его современник, идеолог либерализма, Дж.Локк утверждал: “Основой свободы индивида, гарантией его политической самостоятельности, является наличие у индивида частной собственности”.

Подчеркнем, что концепция гражданского общества возникла в XVIII веке. Зачатки гражданского общества в России начали складываться лишь во второй половине XIX столетия.

В начале XIX века Г.Гегель в работах “Энциклопедия философских наук” и “Философия права”, в разделе “Гражданское общество ” дает сущностную характеристику современного ему общества, в котором “каждый для себя – цель, все другие суть для него ничто”. [3]

В свою очередь К.Маркс отмечал: “Точка зрения старого материализма есть “гражданское общество”; точка зрения нового материализма есть человеческое общество, или обобществившееся человечество”.[6]

Под гражданским обществом мы понимаем четко оформленные законодательно и соблюдаемые сторонами отношения между гражданами и государством, общество полноправных и свободных людей. В нем все равны перед законом, все соблюдают его, интересы общества власть полностью учитывает. Государство защищает права населения, в различных сферах обеспечивая его многоуровневую поддержку. Так, в России развивается наука и техника, люди получают высшее образование, создаются особые объединения, ассоциации по интересам, союзы, организующие безвозмездную помощь, развиваются проекты в сфере культуры и проведения массовых мероприятий.

Вместе с тем в России существует много внутренних проблем:

- Безработица;
- Минимальная заработная плата, пособия, стипендии (в сравнении с реальным прожиточным минимумом);
- Сокращение бюджетных мест в государственных вузах и преобладание обучения на коммерческой основе;
- Недостаточная поддержка семьи, ветеранов и инвалидов;
- Коррупция и другое.

Поэтому необходимо уделять значительно больше внимания проблемам гражданского общества. Если же этого не делать, то будет расти дезорганизация и усиление позиций антигражданского общества.

Список литературы:

1. http://bibliofond.ru/view.aspx?id=6418 Концепция гражданского общества
2. www.lawinrussia.ru/node/297389 Есть ли гражданское общество в современной России?
3. Гегель, Г. В. Философия права / Гегель Г. В. Ф. Соч. Т. 7. М. - Л., 1934. С. 211
4. Гоббс Т. Соч. в 2 т. Т. 1. м. Мысль, 1989. 622 С. (Филос. насл. Т. 107.) - С. 270 – 506.
5. Локк, Дж. Соч. в 3-х т. /Дж. Локк. М: Проспект, 1988. С. 230-234.
6. Маркс, К. Тезисы о Фейербахе / К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. Т. 3. С. 4.
7. Мотрошилова, Н.В. О современном понятии гражданского общества/Н.В. Мотрошилова // Вопросы философии. 2009. № 6. - С. 22-30.

ИСХОДНЫЕ КАТЕГОРИИ ФИЛОСОФИИ

Воронцова Т.И.

Научный руководитель: д. филос. н., профессор Самченко В. Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Усилиями древнегреческих мыслителей VI–V вв. до н.э. было выделено наиболее общее, и в этом смысле исходное, понятие философии и всего человеческого знания: категория *бытие*. Ее фундаментальная роль явственно представлена в знаменитой поэме Парменида Элейского «О природе» (ок. 480 г. до н. э.), многократно обсуждавшейся в античной и во всей последующей философии. Но слово *бытие* неоднозначно, как многие слова естественного языка. В самом общем плане оно обозначает, во-первых, *признак существования*, присущий некому предмету нашего внимания. Во-вторых, слово *бытие* употребляется и как синоним понятий *универсум, мироздание* или

всё существующее в мире. В таком случае оно обозначает предмет мышления, обладающий максимальным набором возможных признаков.

Оба эти значения претендуют на предельную общность. В самом деле: даже такие общие признаки, как протяженность и длительность, не всегда приложимы хотя бы в рамках современной физики, не говоря уже о более широком контексте. Только понятие бытия, в смысле *существования*, может применяться, в том или ином его ракурсе, к любому явлению реальности и к любому плоду фантазии. Не существующее объективно может существовать субъективно (в теории или в воображении); то, чего нет в действительности, то может существовать в возможности; не существующее сейчас могло существовать в прошлом или, быть может, явится в будущем, и т. д.

С другой стороны, нет понятия, которое могло бы охватить явления шире, чем категория бытия в смысле универсума. Что бы мы ни наблюдали, что бы ни создавали, что бы ни спроектировали или даже произвольно измыслили – всё замыкается в рамки этого понятия. Оно же неограниченно распространяется на все прошлые и будущие явления, на всё пространство и, если это возможно, за пределы пространства и времени. Уже один из первых русских философов Нового времени Г. Н Теплов отмечал: «Философы через слово бытие, или что у них *Ens* называется, не только то разумеют, что действительно пребывает… Да и то, что пребывать может, хотя его нет. Напр., все циркуляры, градусы и прочия разделения астрономические на небе…»[3].

В современном языке мы без особого труда находим синонимы, которые позволяют не смешивать два противоположных значения слова *бытие*: таковы уже названные нами слова *существование* и *универсум*. Но в отношении смысла понятий действует правило, общее для всех явлений: в примитивном состоянии противоположности слиты, и расходятся лишь по мере развития целого. Отсюда понятно, что на первых стадиях осмысления данной категории должен преобладать момент смешения этих значений. Именно это смешение мы наблюдаем в учении Парменида. В силу этого, заключения данного мыслителя обретают мистическую парадоксальность. Но большинству его современников такие выводы казались неизбежными, и поныне они устраивают сторонников мистических течений.

Между тем, уже Аристотель обращал внимание на смешение смыслов «бытия» как на источник заблуждений Парменида. И еще со времен Платона появились разные предложения по их разведению, в частности – предложение различать *бытие* как признак и *сущее* как совокупность вещей и явлений. А перипатетик Евдем писал: «…Парменид увлекся не заслуживающими доверия рассуждениями и был введен в заблуждение такими [предметами], которые тогда еще не были ясны. Ибо тогда еще никто не говорил о многих значениях [бытия]». Эту цитату и историко-философский комментарий к ней давал, в частности, А.Н. Чанышев [6, с. 153]. Однако смешение указанных значений слова *бытие* нередко практикуется до сих пор. С другой стороны, встречается и односторонний подход к его пониманию. Так, у М. Хайдеггера читаем: «С самого начала западноевропейского мышления и до сегодняшнего дня бытие означает то же, что и присутствие» [5, с. 81].

Как известно, центральный тезис учения Парменида гласит: *Бытие есть, а небытия нет*. Очевидно, что эта фраза имеет смысл, только когда бытие трактуется как *универсум*. А если понимать бытие как *признак* существования чего-то, то бессмысленно утверждать, что нет небытия, в смысле признака несуществования чего-то. И сам Парменид применяет этот признак несуществования к небытию, поскольку оно стало бы претендовать на противоположность универсуму или хотя бы на его дополнение. В его своеобразной концепции отказ признать бытие небытия кажется убедительным. Трактуя бытие как некий универсальный объект, Парменид должен и небытие толковать как объект; и каждый с ним согласится, что в *таком* виде небытие действительно не существует. Но в силу изначального смешения в его теории предметов и признаков, Парменид переносит это заключение и на *признак* небытия, т.е. – пытается доказать, что в мире нет и небытия как *отсутствия* чего-либо [2].

Между тем, небытие как отсутствие там-то и тогда-то определенных вещей, явлений, событий, небытие как пустота в пространстве и времени, является наглядной частью воспринимаемой нами реальности. Но согласно Парменидy, такое отсутствие нам только кажется, или, по его собственным словам, оно есть лишь *по мнению*, но его нет *по истине*. В учении Парменида небытие выглядит вообще как лишнее понятие, в том смысле, что ему не соответствует никакая объективная реальность. В силу этого универсум превращается в этом учении из совокупности предметов в некий абсолют – единый целостный и всеохватывающий предмет, подобный, по словам Парменида, всюду одинаково плотному каменному шару [4, с. 291].

Однако избавиться от «парности» противоположных понятий не может и Парменид. А если хотя бы в рамках мышления мы приняли оппозицию *бытие – небытие*, перед нами неизбежно встает вопрос о возможности переходов между ними. Для обозначения любых переходов такого рода в современной науке принят термин *становление*. Момент становления есть в любом, даже самом элементарном, движении или изменении. Мы передвинули некий предмет, и на старом месте его пребывания он исчез, а на новом он появился; следовательно, тут и там произошло *становление* в его противоположных аспектах: исчезновения и возникновения. А движения и изменения мы наблюдаем вокруг себя и в себе постоянно. Поэтому все мыслители сходятся во *мнении*, что становление есть факт нашего восприятия.

Но сторонники Парменида не могут признать объективной («*по истине*») реальности становления. Ведь если, как они утверждают, по истине существует только *бытие без небытия*, то бессмысленно говорить о переходе между тем и другим. Поэтому Парменид заключает, что «бытие неподвижно лежит в пределах оков величайших» [6, с. 153]. Далее рассуждаем: становление является источником изменений, и в этом смысле оно порождает *множество* явлений. Но если в объективной реальности нет становления, то в ней не должно быть и множества. Вообще бытие-абсолют, при «запрете» на внутренние пустоты в нем, не может содержать в себе множество. С этой точки зрения, *по истине* существует лишь абсолютно единое.

Так в учении Парменида и его последователей формируется *метафизика* в гегелевском смысле этого слова, т.е. метафизика как противоположность *диалектики* (представленной в то время учением Гераклита). Как известно, наиболее острая борьба между этими направлениями шла в ту пору именно вокруг проблемы реальности становления, единого и многого (напомним хотя бы апории Зенона Элейского). В ходе этой борьбы и сложился набор из пяти исходных категорий философии, выше уже поименованных нами и порожденных самим актом выделения категории *бытие*. Как мы уже видели, представители метафизики признают объективные соответствия только для двух из них – категорий бытия и единства, и отрицают такие соответствия для трех категорий: небытия, становления и множества.

Еще одной оппозицией к диалектике выступает *философский релятивизм*, который отрицает всякое объективное единство явлений. В европейской философии его родоначальником считается Кратил Афинский (V в. до н.э.). Как и метафизика, это учение не признаёт объективных соответствий для трех из пяти исходных понятий мышления, однако тут уже другой набор «иллюзорных» категорий. Релятивист как бы растворяет бытие и небытие в становлении, уподобляя любое явление такому мыльному пузырю, который лопается в самом процессе его надувания. Не то чтобы данный предмет вообще не существует, но его существование не отличается от становления. И небытие такого объекта нельзя, по мнению релятивиста, зафиксировать как нечто самостоятельное, ввиду бесконечно быстрой и беспорядочной смены явлений. Таким образом, для релятивиста объективно, *по истине*, существуют лишь *становление* и *множество*.

В отличие от этих крайних концепций, диалектика признаёт во всяком явлении единство противоположностей бытия и небытия, как сочетание 1) возможной причастности всякого предмета к объективному существованию, включая в эту объективность и акты сознания других людей; и 2) ограниченности существования любого предмета, во всех количественных и качественных аспектах. Степень этой ограниченности может разниться, но (с точки зрения диалектики) ограниченность как таковая неустранима, и в этом смысле она имеет всеобщий характер. «Когда о вещах говорят, что они конечны, то этим признают, что их небытие есть их натура (“небытие есть их бытие”)», – писал об этом Ленин, транслируя мысль Гегеля [1, с. 98]. Таким образом, диалектика признаёт объективное наличие как бытия, так и небытия. Следовательно, она допускает логическую возможность становления в самой объективной действительности.

Тем самым логически «разрешается» и множественность явлений. А поскольку явления могут (по мнению диалектиков) порождать друг друга, то допускается и объективное единство явлений. Причем оно может иметь любую степень общности, исключая лишь абсолютно всеобщее и навеки неизменное. Таким образом, диалектика признаёт объективные соответствия для всех пяти исходных категорий мышления: бытия, небытия, становления, единства и множества. А тем самым она устанавливает принципиальное тождество между этими категориями знания и одноименными категориями самого мироздания. Это дает нам право говорить о данной «пятерке» как о фундаментальных категориях вообще, без дальнейшей спецификации их как категорий мышления.

Но – только с позиций диалектики, тогда как для иных концепций категории мышления и объективной реальности в конечном счете не совпадают. Отсюда лежит прямой путь к агностицизму, т.е. к отрицанию неограниченной познаваемости мира человеком. Известно, что агностицизмом

всегда страдают представители релятивизма, и зачастую – также представители метафизики. Но степень развития философии и условия ее применения до сих пор еще таковы, что общие концепции редко проводятся в ней вполне сознательно и в чистом виде. Поэтому субъективная преданность мыслителя диалектическому методу – еще не гарантия против мистификации познания и мироздания. Из сравнительно недавних примеров упомянем идеалистическую школу «отца диалектики» Гегеля, а также – представителей русской метафизики всеединства, от самого Вл. Соловьева, включая П. А. Флоренского, и вплоть до А.Ф. Лосева – тайного монаха, клявшегося в преданности диалектике.

Платон тоже восхвалял диалектику, как якобы единственный подлинно научный метод исследования. Но уже его ученик Аристотель показал, что Платон здесь неправ, и этим дал важный урок для правильной оценки подобных восхвалений. Напомним, что именно Аристотель создал формальную логику, которую сам он гениально назвал *аналитикой*. Такая логика опирается в основном на метафизический стиль мышления. Но при этом она не столько противоречит диалектическому стилю, сколько выступает как его видоизменение для потребностей частных аналитических наук. Отношение между ней и диалектикой примерно такое же, как между классической и квантовой физикой. Аристотель создал формальную логику, именно отвечая на запрос науки своего времени, когда развертывался первый этап обособления частных наук от философии.

Отрицать принципы формальной логики ради принципов диалектики, как делал это еще Гегель – значит быть еще не вполне диалектиком. Оселок диалектического мышления – признание всюду единства противоположностей, начиная с единства бытия и небытия и не заканчивая ни на каком уровне. Диалектический и метафизический стили мышления и соответствующие им методы познания тоже образуют единство противоположностей. Первый из них естественно господствует в обобщающих и исторических науках, второй – в частных и аналитических науках. А в каждой отдельной науке можно и следует применять любой метод, который уместен и эффективен в данном конкретном случае. Этого требует сам диалектический принцип конкретности истины.

Релятивистский стиль мышления неприменим к решению научных задач, и в этом смысле не образует систематического метода. Однако он отражает логику становления, которое буквально пронизывает действительность и познание во всех их проявлениях. Не все люди могут осознать эту логику с позиций диалектики – концепции более сложной, чем релятивизм и метафизика. Да не все и захотят этого, или сочтут это для себя выгодным. Поэтому, при всей отрицательной «ценности» релятивизма для рационального познания и практики, полностью устранить его из сознания людей вряд ли возможно. Разнообразие форм мышления, не только хороших, но и разных – тоже часть всеобщего богатства бытия.

Список литературы:

1. Ленин, В.И. Философские тетради/В.И. Ленин. М.: Издат-во политической литературы, 1969. – 752 с.

2. Самченко, В.Н. «Бытие» от Парменида до Рассела/В.Н. Самченко. // Вестник Красноярского государственного университета. Гуманитарные науки. 2006, № 3. С. 22–25.

3. Теплов, Г.Н. Знания касающиеся вообще до философии, для пользы тех, которые о сей материи чужестранных книг читать не могут. Гл. пятая, § 81 / Г.Н. Теплов// http://www.academia.edu.

4. Фрагменты ранних греческих философов / Под ред. А.В. Лебедева. – Ч. I.– М.: Наука, 1989. – 575 с.

5. Хайдеггер, М. Время и бытие (доклад) // Разговор на проселочной дороге. Избранные статьи позднего периода творчества/М. Хайдеггер. М.: Высшая школа,1991. – 192 с.

6. Чанышев, А.Н. Курс лекций по древней философии/А.Н. Чанышев. М.: Высшая школа, 1981. – 374 с.

УМНЫЙ ДОМ

Фризоргер А. В.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент Баринова С. Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

На сегодняшний день человеческий прогресс в области науки и изобретений шагнул очень далеко. Колоссальное влияние на жизнь человека оказывают различные гаджеты и большое разнообразие электроприборов. Но не менее важнее то место, в котором и живёт человек и благодаря науке был создан «умный дом». «Умный дом» позволяет человеку не только сократить энергозатраты, потребляемые различной техникой, но и обеспечить максимально комфортное проживание. Для этого в таком доме все электроприборы работают согласованно, например, система

отопления не работает против системы кондиционирования. Для максимальной экономии энергии «умный дом» может питаться от возобновляемых источников энергии таких как ветреные мельницы, солнечные батареи и в случае наличия водного источника с течением есть возможность добывать энергию из воды. В «умном доме» можно контролировать освещение, а значит не только менять яркость, но и цвет самого освещения, лампы будут гореть так, как пожелает человек. Но и с наружи здания можно включить специальное освещение, которое подсвечивает стены и окна дома снаружи в тёмное время суток. В «умном доме» есть возможность контролировать даже климат, и теперь в жаркий летний день не нужно будет целыми днями на пролёт сидеть под вентилятором, а прост установить нужную температуру, а также изменить влажность воздуха. Особое внимание уделено безопасности умного дома, это различные сигнализации и дверные замки. Замки на дверях могут быть не только обычные механические, привычные нам замки, но и электронные, которые можно открывать дистанционно с помощью гаджетов, а также при помощи специальных карточек. Существуют так же и биометрические замки, которые откроют двери «умного дома» с помощью отпечатков пальцев или сетчатки глаза. Непосредственно системы охраны распространяется и в самом доме в виде пожарных сигнализаций и датчиков, реагирующих на какие-либо утечки воды и газа, при срабатывании сигнализации приходит оповещение на мобильный телефон хозяина, а также на территории и снаружи самого здания. Также в системе «умного дома» нашлось место и для приятного семейного отдыха, для этого используется мультирум. В системе мультирум аудио и видео сигналы собраны в одном медиа центре, а колонки и мониторы встроены в стены «умного дома». «Умный дом» также может автоматически полить растения в парниках или в зимнем саду, учитываю погодные условия и даже плодородность почвы. Он также оборудован домашней метеостанцией, которая прогнозирует погоду за окном. Иногда люди, проснувшись рано утром очень сильно спешат на работу и бегают из одной комнаты в другую. В системе «умного дома» уделено внимание и этой ситуации. Благодаря контроллерам можно задать определённому прибору время срабатывания, то есть просыпаясь утром не нужно ждать время, за которое кипятится чайник, а сразу налить кипяток, так как дом сам его включит в установленное время. Большое разнообразие имеют и приборы, управляемые дистанционно с помощью гаджетов. Одним из таких замечательных приборов является термостат NEST, благодаря ему можно отключать отопление в момент отсутствия хозяина или же в холодную зимнюю стужу заранее прогреть своё жилище, сидя на работе. Некоторые достижения есть и в робототехнике. Теперь наши механические друзья могут не только просто кататься по полу и собирать пылинки. Робот Hector может ухаживать за своим владельцем, он напомнит о принятии какого-либо лекарства, прогулки по свежему воздуху, или о том, что б вы вовремя позвонили нужным людям. Были созданы, и другие роботы способные впечатлить нас своими навыками, например, робот Mint сам может помыть полы, робот Mirra умеет чистить бассейн, ну и в завершении робот Winbot который сам может почистить окна. Следующее изобретение способно заинтересовать домохозяек. Это холодильник T9000, этот холодильник создан кампанией Samsung, помимо своей хорошей вместительности, холодильник работает на системе Android, в него встроен специальный монитор, позволяющий пользоваться всеми удобствами обычных телефонов и планшетов, то есть не только смотреть рецепты, но и находиться в социальных сетях, а также множество других возможностей. Подводя итоги можно сказать, что «умный дом» и используемая в нём аппаратура не только облегчит нам жизнь, но и поможет сохранить нашу природу так как «умные дома» более экологически безопасны.

Список литературы:

1. Гололобов, В.Н. «Умный дом» своими руками / В.Н. Гололобов. М.: НТ Пресс, 2007. - 416с.

2. Кашкаров, А.П. Электронные схемы для «умного дома» /А.П. Кашкаров. М.: НТ Пресс, 2007. - 256с.

СОХРАНЕНИЕ ЛЕСА - ГЛОБАЛЬНАЯ ЗАДАЧА ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Бережнева К. И.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент Баринова С. Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Человечество в результате своей активной жизнедеятельности неосознанно приближает конец света. В настоящее время одно из важнейших мест занимает экологическая проблема. Глобальные проблемы в том или ином виде сопровождали человечество на протяжении всей его истории, но особенно значимыми стали в последние десятилетия. Человек неотделим от биосферы, так как она является необходимым и естественным фактором его существования. Природа это естественная основа

жизнедеятельности людей, причем полноценная их жизнедеятельность всегда осуществима в адекватных природных условиях. Человество может существовать в определенных рамках окружающей природной среды, соответствующих биологическим особенностям его организма. Он испытывает потребность в той экологической среде, в которой проходила эволюция человечества на протяжении истории. Возможность существования человеческого общества может быть гарантирована только в контексте развития биосферы. Несомненно, каждый человек обладает адаптационной возможностью приспосабливаться к изменяющимся условиям природной среды. И все представители вида Homo Sapiens способны проявить необходимую гибкость реакций в ответ на изменение внешних условий. Однако, адаптационные возможности человеческого организма не беспредельны. Уничтожая природу, мы уничтожаем будущее наших детей. Мировая экологическая ситуация стремительно ухудшается из-за человеческой недальновидности, потребительского отношения к природным ресурсам. Люди не способны задуматься над тем, что ресурсы природы не безграничны - нещадно вырубаются леса, выкачиваются нефть и газ, исчезают редкие виды животных, растений, насекомых. А всему виной потребительское отношение к природной кладовой и материальное обогащение. В результате этого в природном балансе наступают патологические измененины, ведущие, в конечном счете, к гибели человечества.
Лес - главная экологическая проблема в наше время. Он является сложной экосистемой, объединяющей растения, животных, грибы, микроорганизмы и воздействующей на климат, состояние питьевой воды, чистоту воздуха. Тысячелетия назад большая территория поверхности Земли была покрыта лесами. Но с ростом численности людей и активным освоением земель под хозяйственные нужды начался процесс обезлесивания, активная вырубка лесных массивов в разных уголках нашей зеленой планеты.

Деревья защищают воздух от ядовитых газов, копоти и других загрязнений, шума. Фитонциды, вырабатываемые большинством хвойных растений, уничтожают болезнетворные микроорганизмы. Леса являются местами обитания многих животных, это самые настоящие кладовые биологического разнообразия. Они участвуют в создании благоприятного для сельскохозяйственных растений микроклимата. Леса заслуженно называют «легкими» нашей планеты.

Уже давно ученые говорят о пагубном воздействии технического прогресса на природу. Природа мстит человеку, но ее месть не целенаправленна. Из-за жестокости одних страдают невиновные люди. Изменение климата, таяние льдов, снижение качества питьевой воды очень негативно отражаются на жизни людей. Экологи всего мира давно бьют тревогу по поводу загрязнения и уничтожения природы. Проблемы леса особенно заметны в цивилизованных государствах. Экологи считают, что обезлесение приводит ко многим негативным последствиям для Земли и человека. Без лесов не будет и жизни на Земле, это нужно понять тем, от кого зависит их сохранение. Однако древесина уже давно стала товаром, который дорого стоит, поэтому проблема уничтожения лесов решается с таким трудом. Возможно, люди просто не задумываются, что вся их жизнь зависит от экосистемы. Хотя издавна люди почитали лес, придавая ему часто магические функции, что отражается в легендах и сказках. Он был кормильцем и олицетворял животворящую силу природы. Лес любили, к деревьям относились бережно, и они отвечали нашим предкам тем же. Деревья это экологическая потребность человека, да и не только человека. Мы нуждаемся в определенном качестве естественной среды обитания. Лишь при сохранении должного качества таких фундаментальных условий существования как воздух, вода, почва, лесные массивы, возможна полноценная жизнь. Разрушение хотя бы одного из этих жизненно важных компонентов окружающей среды приведёт к гибели жизни на Земле. Исчезновение леса - актуальная мировая экологическая проблема. Всемирный фонд дикой природы оценивает потери России от нелегальной рубки лесов в 1 миллиард долларов ежегодно. Например, 80% ценных пород древесины на Дальнем Востоке и в Сибири вырубается незаконно.

Список литературы:

1. Захарова, О.А. Экологические коммуникации в социокультурном пространстве. Природа и культура / О.А., Захарова. - М.: Лесная страна, 2008. - 150с.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФИЛОСОФИЯ М.ФУКО: СУМАСШЕДШИЙ ДОМ, ТЮРЬМА, ШКОЛА

Дейниченко А.В.

Научный руководитель: Наумов О.Д.

Сибирский государственный технологический университет, Красноярск, Россия

Контуры политической системы современного мира следует искать в трудах философов прошлого. Например, мыслители Древней Греции и Рима подарили европейской культуре такие политические институты, как демократия и республика. Революционные события Нового времени, приуготовленные в трудах философов-просветителей, обогатили политическую жизнь стран Запада такими феноменами, как равенство политических прав, разделение властей, гражданское общество. В этом смысле философия, с одной стороны, представляет собой своеобразную «лакмусовую» бумажку социальных процессов и настроений, с другой – является одним из мощнейших катализаторов общественной жизни, определяя умонастроения общества. Важно сказать, что и современная философская мысль не стоит на месте – напротив, она активно вовлечена в дискуссии касательно природы власти, государства, справедливости. Под влиянием ведущих мыслителей современности развиваются такие философско-политические проекты, как анархизм, феминизм, космополитизм и либертарианство, объединяющие под своими знаменами массы людей в самых разных уголках мира.

Однако в данной работе, следуя известному замечанию М.Хайдеггера [3], мы предпочли пойти «нехоженным» путем и сконцентрировать свое внимание на одной из ключевых фигур западноевропейской философии второй половины XX века – Мишеле Фуко для того, чтобы обнаружить в его интеллектуальном проекте черты политической философии. Иначе говоря, основная задача, стоящая перед нашей работой сводится к тому, чтобы «прочитать» фукианский проект как политический.

Надо сказать, что решаемая нами задача не так проста как кажется. Дело в том, что будучи современником, а иногда и непосредственным участником важнейших социально-политических событий второй половины XX века Фуко, тем не менее, никогда не позиционировал себя в качестве политического философа. Более того, анализ одних только названий теоретических работ французского философа показывает, что и среди его наследия мы не найдем формальных работ, посвященных политической проблематики. Вместе с тем, более детальный анализ философского проекта Фуко показывает, что один из важнейших концептов, структурирующих дискурс мыслителя – «власть».

В этом смысле Фуко был революционером, попытавшимся проинтерпретировать понятие власти так, чтобы не только не только изменить исследовательский подход к данному феномену, но и переформулировать – пересмотреть правила игры, существующие в такой области знания, как политическая философия. В классической политической философии власть понимается исключительно в качестве политической власти. Заслуга Фуко же, напротив, заключается в том, что он пытается расширить столь узкое понимание власти. Фактический французский философ настаивает на том, что существующие властные отношения во всех сферах социальной жизни на деле являются лишь отдельными проявлениями чего-то большего – анонимной, невидимой власти, конституирующей пространство в котором замечаемые нами властные отношения циркулируют. Таким образом, власть в проекте М.Фуко – это метафизический принцип. Другими словами, философский проект Мишеля Фуко может и должен прочитываться в качестве политического, при условии, что речь идет о неклассической политической философии. Источники этой философии – фундаментальные работы раннего периода творчества мыслителя «История безумия в классическую эпоху» [1] и «Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы» [2], в которых Фуко предпринимает попытку обнаружения истоков возникновения и развития так понятой власти, а также способов ее проявления. В результате, история развития пенитенциарной системы начинает мыслится Фуко в качестве предистории современной политической системы, а ее анализ – в качестве критики современности.

Говоря о власти, Фуко обращает свое внимание на то, что в истории европейской цивилизации концепт власти всегда был взимосвязан с концептом знания. Однако в отличие от традиционного – классического подхода, французский философ постулирует принципиальную асимметрию власти и знания. Благодаря этому ему удается «пересмотреть» привычный взгляд на историю Запада, сводящийся к идее о том, что «лейтмотив» истории – это идея освобождения человека посредством развития демократических, либеральных и толерантных институтов. В работе «Надзирать и наказывать» Фуко настаивает на том, что реальная история власти западных обществах, во-первых, начинается на исходе Средневековья, во-вторых, куда более сложная, чем, кажется.

Предпринимая попытку написать историю пенитенциарной системы Запада, Фуко замечает, что маргинальный статус описываемых им учреждений лишь кажется таковым. Демонстрируя в своей работе, целую палитру институтов, возникающих в XVII-XVIII веках, на волне кажущейся либерализации Фуко показывает, что основная задача, стоящая перед этими учреждениями – психиатрическими лечебницами, клиниками, школами может быть сведена лишь к одному: тотальному контролю над человеком.

Сумасшедшие дома возникают как средство изоляции *инакомыслия*. В клиниках, где врачи должны ставить диагнозы это становится возможным лишь благодаря тому, что осуществляется контроль – *досмотр* тела. В школах и вовсе человеку впервые сообщается кто он таков и каково его место в мире. Другими словами, государство Нового времени, по мнению Фуко, не только берет на себя обязательство *следить* за тем, чтобы граждане были здоровы, но и формировать у них правильное отношение к истории и родному языку. Вследствие этого Фуко приходит к выводу, что главное завоевание политической власти Нового времени – это создание инстанций, претендующих на то, что их знание о том или ином человеке в разы превышает его собственное знание о себе самом.

Таким образом, оборотная сторона либерального новоевропейского общества – рождение дисциплины, указывающей на то, что человек отныне живет в обществе, навязывающем ему определенную – «нормальную» модель поведения. Подлинная основа существования такого общества, по словам Фуко, заключается в существовании анонимной власти, манифестирующей себя, к примеру, в дискурсе медицины: врач имеет колоссальную власть над пациентом, учитель над учеником, психиатр над душевнобольным, поскольку именно они определяют в отношении каждого – как он должен жить. В этом смысле, гражданин – это прежде всего тот, кто слушается – подчинен власти, а государство – своего рода идеальная тюрьма – паноптикон.

В результате Фуко приходит к выводу о том, что власть не только тотальна, но вездесуща: она окружает нас всегда и везде для того, чтобы контролировать каждый шаг человека. Примером такого контроля сегодня, например, может служить система видеонаблюдения. Цель видеонаблюдения, на первый взгляд, сводится к обеспечению безопасности граждан. Однако в поздний период своего творчества М.Фуко настаивает на том, что либеральный принцип необходимости обеспечения государством безопасности своих граждан на деле оборачивается стремлением к тотальному контролю и управлению. Производя своеобразный мыслительный эксперимент Фуко обнаруживает, что столь навязчивое стремление государства к контролю общества – ответ на естественную социальную потребность – потребность в защите. Говоря иначе, общество жаждет безопасности, именно поэтому оно соглашается на контроль, признавая тем самым собственную беспомощность – в каком-то смысле иррациональность. Таким образом, конечным пунктом фукианской критики современного либерального государства, истоки которого философ обнаруживает в эпохе Нового времени, становится сама идея либерализации общественной жизни: декларируя свободу оно в действительности лишь приумножает несвободу своих граждан, порождая внутри себя все более новые формы обеспечения дисциплины и безопасности.

В заключении надо сказать, что проект М.Фуко оказал огромное влияние на социально-политическое знание второй половины XX-начала XXI веков. В частности, своеобразным трендом современного гуманитарного знания стала идея Фуко о необходимости пересмотра концепта власти и выявления ее генезиса для того чтобы признать: современное общество и человек становятся все менее и менее свободны.

Список литературы:

1. Фуко, М. История безумия в классическую эпоху./М.Фуко. СПб.: Университетская книга, 1997. – 576 с.
2. Фуко, М. Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы./М. Фуко. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. – 416 с.
3. Хайдеггер, М. Разговор на проселочной дороге: Сборник. Пер.с нем / Под.ред. А.Л.Доброхотова; М.Хайдеггер. М.: Высшая школа, 1991. – 192сС.

ПРОСВЕЩЕНИЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ПЕРЕОСМЫСЛЕНО: ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФИЛОСОФИЯ П.РИКЕРА

Восиев Ш.С.

Научный руководитель: Наумов О.Д.

Сибирский государственный технологический университет, Красноярск, Россия

Социальные и политические события второй половины XX века могут быть объединены утратой человеком подлинной свободы, вызванной превращением разума в инструмент. Идея о

статусе разума как Абсолюте европейской культуры берет свое начало в культуре эпохи Возрождения, а своего апогея достигает в эпоху Нового времени, в частности, в XVIII веке – веке Просвещения. В этом смысле история новоевропейской культуры – это история разума. В тоже время, Новое время – это период формирования современной нам политической системы, ее институтов, норм и принципов.

Кризисные явления второй половины XX века в современной философии объясняются как результат кризиса программы Просвещения – утраты автономии политического по отношению к другим областям человеческого бытия [1, С.209]. В тоже время, кризис политического проекта Просвещения не означает отказа от политического. Все больше современных философов приходят к мысли о том, что достижения эпохи Просвещения должны быть переосмыслены.

В частности об этом говорит французский философ П.Рикер. Говоря в своих работах о разуме как разуме практическом – принимающем решения и действующем, мыслитель приходит к выводу о том, что политическая сфер жизни человека – важнейшая. Согласно Рикеру, в современном мире именно политика делает человека человеком, воплощая подлинные идеалы гуманности, заложенные еще в эпоху Возрождения. Таким образом, основной вопрос политической философии Рикера может быть сформулирован как вопрос об отношении современности к эпохе Просвещения.

Особенность подхода Рикера к поднимаемой проблеме заключается в том, что его политический проект строится на пересечении таких областей знания как: этика и политика, идеология и утопия, выливаясь в конечном счете в сугубо антропологический вопрос – вопрос о человеческой идентичности. По мнению философа, основная проблема, стоящая перед политической системой современности, заключается в том, что человек XX-XXI вв. дошел до той черты, когда он начал ненавидеть то, что любит, не найдя никакой разумной альтернативы той форме общества, что определяет его идентичность [Цит.по: 1, С.209].

Определяя состояние современного мира в качестве полиэтнокультурного, философ говорит о том, что современное понимание идентичности должно сводиться к сочетанию публичного пространства обсуждения и принятия решения, а также пространства семейной и личной жизни. Кроме того, важно отметить и то, что в условиях современности интерес к политике у современного человека охладевает также, как и эмоциональные отношения внутри семьи. Фактически, говорит Рикер, современный человек не только обнаруживает собственное одиночество, но и в определенном смысле забывает себя. Согласно Рикеру, такова логика проекта эпохи Просвещения: преследуя цель освободить человека, сделав его господином природы, на практике этот проект оборачивается тем, что человек оказывается всего лишь потребителем, затем трудящимся и лишь в последнюю очередь – гражданином [1, С.210]. Объяснение этого парадокса философ видит в эволюции Разума: из института практической мудрости он превращается в инструмент.

Таким образом, единственный способ исправить сложившуюся ситуацию заключается в том, чтобы изменить статус Разума в европейской культуре, или же, как минимум, переосмыслить проект эпохи Просвещения в пространстве политики. В этом смысле основная задача политической философии заключается не в формальном признании причастности человека к обществу, а в признании относительности этого общества – его открытости и готовности к изменению в процессе взаимодействия составляющих его членов. Благодаря такому подходу Рикер усматривает истоки политического проекта Просвещения в иудейской Торе, христианских Евангелиях и древнегреческой этике. В результате конфронтация между современностью и древностью снимается – на смену ей приходит динамичное творческое взаимодействие, в основе которого лежит действие свободного человека, призванное обеспечить доверие не только к Другому, но и к самому себе. Однако Рикер в своем проекте не отдает предпочтение ни прошлому, ни настоящему. Отличительная черта политической философии П.Рикера заключается в том, что его мысль всегда осуществляет свою работу в пространстве «между»: между диалектикой и феноменологией, между герменевтикой и рефлексией, между этикой и политикой, между древностью и современностью [1, С.213]. При этом рикеровское «между» не следует понимать в качестве эволюции. Скорее всего это процесс признания [см.: 2] – своеобразный синтез, призывающий «сначала развести полюса противоречия и осмыслить каждый из них в его полной автономии и противостоянии другому полюсу, а затем «перекрестить», совместить, наложить друг на друга изначально противоположные моменты, но таким образом, что при этом каждый из них не утрачивает собственной автономии и значимости» [1, С.213]. Другими словами, Рикер настаивает на том, что пространство политического должно быть дополнено этическим звучанием, разбавляющим привычное понимание политического как специфической рациональности и особого типа коммуникации [1, С.213], возникающей между политическими акторами, оставляющим позади моральные вопросы.

Только такое понимание политического, считает Рикер, способствует пониманию политики в качестве проявления воли. Итак, политика – это деятельность, направленная на завоевание, сохранение и осуществление власти, или, пространство осуществления действия автономного человека. Это значит, что в основе политического жеста – поступка – должна лежать определенная «философия» действия. Рассматривая новоевропейские проекты политической философии, Рикер приходит к выводу, что разнообразные учения XVII-XVIII веков не представляют собой целостного учения о действии. Напротив, речь идет о «разорванном сознании» [1, С.218], которая подлинная политическая философия может и должна преодолеть за счет совмещения политики и морали, а также допущения идеи о том, что любое моральное суждение всегда ситуационно. Следовательно, оно всегда противоречиво, то есть двойственно. Именно на этой двойственности акцентирует свое внимание Рикер, считая, что она выступает одновременно причиной социального согласия и несогласия, памяти и забвения – основы человеческого сосуществования.

В результате такого рассуждения философ приходит к выводу о том, что политическое должно совмещать в себе длительную перспективу сосуществования людей в истории, а также кратковременность жизни отдельного человека. Значит, в политике нет места радикальному противостоянию. Наоборот, она должна представлять собой пространство эффективного диалога – взаимопризнания, в котором только и возможно окончательное исчерпание всех существующих противоречий.

Таким образом, политический проект П.Рикера может быть рассмотрен в качестве, с одной стороны, частного – специфического случая этики политики. С другой стороны, подход Рикера к проблемам пересечения политики и этики позволяет представить его политическую философию в качестве универсальной этической модели межличностных отношений, в основе которой лежат принципы признания и взаимности. При этом важно иметь в виду, что говоря об этике политики, Рикер не сводит свои рассуждения к морализаторским суждениям касательно моральности тех или иных политических лидеров. Напротив, согласно Рикеру, этическое начало – это сердце политического. Значит, несмотря на то, что сфера политического никогда не освободится от зла и насилия, мы уверенно можем повторить вслед за П.Рикером, что поскольку существует политическое зло – существует и политическое благо, способное стать целью совместного сосуществования людей, лишь благодаря волевому осуществлению политического действия.

Список литературы:

1. Политическое как проблема. Очерки политической философии XX века. – М.: Идея-Пресс, 2009. – 224 с.
2. Рикёр П. Путь признания. Три очерка / П.Рикёр; пер.с франц. И.Блауберг, И.Вдовиной. – М.: РОССПЭН, 2010. – 268 с.

ПРОБЛЕМА СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ НА ОСНОВЕ РОМАНА Ф.М.ДОСТОЕВСКОГО «БРАТЬЯ КАРАМАЗОВЫ»

Круглова С. В.
Научный руководитель: Данилюк О. В., Малкова И. А.
Гимназия №13 «Академ»

Актуальность поставленной мной проблемы заключается в том, что в современном мире очень важно уметь сформировать свою личность. Потому что только личность способна принимать самостоятельные решения и не идти на поводу у других людей. Кроме того, развитая личность всегда открывает что-то новое для окружающих ее людей и своим примером может изменить их в лучшую сторону. Независимость, умение поставить свою точку зрения и убедить других – являются одними из значительнейших качеств человека. Почему я избрала роман М. Достоевского в качестве материала для анализа проблемы личности, ведь произведение написано во второй половине XX века? Потому что творчество русского писателя стало знаковым не только для XIX столетия, но и для последующего, не потеряв своей актуальности и в XXI веке: как никто другой Достоевский сумел заглянуть в бездны человеческого духа, в подполье человеческого разума. Основная проблема заключается в том, что современное общество, в котором огромное значение имеют СМИ, политические прожекты, реклама, социальные сети и тому подобное, представляет для любого конкретного индивида большую опасность в плане формирования стойких стереотипов мыслей и поведения. Как можно стать достаточно сильным, чтобы противостоять этому? В современных литературе и философии очень много написано книг и исследований на данную тему. Из русских писателей, особенно много писавших на поставленную проблему, назовем Ф.М. Достоевского, роман которого «Братья Карамазовы» я беру для своего анализа. Философия XX века, как никакая другая,

рассуждает о проблеме человека и поиске его смысла жизни. Хотелось бы выделить творчество В. Франкла, прошедшего концлагеря и может быть, поэтому очень много посвятившего себя исследованию психологических трудностей становления современных людей [2].

Гипотеза: Действительно ли личность не зависит от общества или, если зависит, то в какой степени? Чем определяется сила личности: доводами разума или силой христианской веры? Цель моей работы я вижу в том, чтобы убедиться в необходимости быть в обществе сильной личностью. В связи с этим, поставлены следующие задачи:

а) выявить группы людей по степени влияния на них общества;

б) выяснить на примере романа Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы», какие личности можно назвать сильными и независимыми.

Новизна мне видится в том, что проблема формирования личности в современном обществе показана через призму русского романа XIX века и, несмотря на очевидный прогресс научного знания, выявлена необходимость веры для современных людей.

Методы решения задач:

а) классификация типов личности по степени влияния на них общества;

б) критический анализ главных персонажей из произведения Ф.М.Достоевского «Братья Карамазовы».

Что формирует личность человека? Может ли человек не иметь личности? И как человек меняет мир своей личностью? Я думаю, не стоит доказывать, что личность человека существенно зависит от его окружения. Без мира людей человек не может полноценно стать человеком. Обстоятельства почти полностью определяют наш характер, мы не рождаемся добрыми или злыми, оптимистами или пессимистами, веселыми или серьезными, мы ими становимся. На нас влияет все – начиная от эпохи, родителей и вплоть до нашей первой воспитательницы в детском саду. В зависимости от степени влияния общества на человека среди людей можно выделить четыре группы:

Первую группу занимают люди, подчиняющиеся предрассудкам и общественным стандартам. Также здесь я располагаю людей, преклоняющихся им. По сути – это люди, живущие только собой, и не желающие думать о чем-нибудь, лично их не касающемся.

Ко второй группе принадлежат «простые люди» – не слишком умные, мало чем интересующиеся, кроме своей жизнедеятельности, но добрые и веселые, любящие своих родных и друзей. С такими людьми можно обсуждать события, поступки других, но они не могут, к сожалению, додуматься до чего-нибудь сами – единственное их отличие от третьей группы.

К третьей группе относятся люди, имеющие свою независимую точку зрения, понимающие, что можно делать, а что нельзя, стремящиеся к достижению определенной цели, умные и умеющие рассуждать. Они не идут на поводу у других, они задумываются о причинах и – главное – о следствиях своих поступков.

К последней – четвертой группе – можно причислить человека, определяющего общество. Тому, кто может внушить окружающим свою точку зрения, довести до них определенную мысль. Кроме того, чтобы иметь цель, независимое мышление и некоторую мораль, они должны уметь доносить их до окружающих и вдохновлять их. Люди четвертой группы редки и опасны. Они могут нанести непоправимый вред, потому что каждая их ошибка, каждая неверная идея будет сказываться на обществе. Но они же могут внести в мир и что-то новое, что-то прекрасное, еще невиданное до этого.

Как мы видим, люди, не желающие размышлять, думать, добиваться чего-то не могут сыграть в этом мире особой роли. Что может человек, который ни о себе толком ничего не знает, ни о других? Человек, никогда не задававшийся, или правильнее будет сказать, не утруждающий себя вопросами о смысле своей жизни, о совершенствовании своих поступков, о своих возможностях? Говоря о возможностях, я имею в виду реальный взгляд на них, а не самоуверенные иллюзии. К сожалению, таких людей на Земле всегда было больше. И смотря на них, невольно задумываешься: а может ли существовать человек без личности? И может ли он стать свободным от самого себя? Чтобы ответить на этот вопрос, нужно сначала выяснить, что такое личность вообще? «Личность – это человек, как носитель каких-нибудь свойств» - можно прочитать в «Википедии». Особенными свойствами могут быть вспыльчивость, серьезность, практичность и т.д. Но порой мы глядим на человека и понимаем, что нет в нем ничего особенного, ничего примечательного, мы узнаем в нем другого какого-нибудь своего друга, родственника, знакомого, а может быть даже себя. И на миг покажется, что нет у этого человека личности, что он просто «срисован». Такой феномен может говорить только о том, что некоторые сами «срисовывают» себя с определенных типажей, считающихся модными. Они подгоняют себя по что-то; и даже если в них присутствуют особые

детали, они не уникальны. Это явление может говорить только о недостатках саморазвития и нежелании совершенствовать себя.

И, тем не менее, принято считать, что каждый человек уникален, и я не буду оспаривать это мнение, потому что сколько бы грима мы на себя не наносили, целиком закрасить наше лицо мы не можем. Вместо этого я попробую ответить на следующий, вытекающий отсюда вопрос: что будет, если у людей действительно исчезнут личности? Представьте, что общество – ваза с мандаринами и апельсинами. Кто-то в этом обществе побольше, кто-то поменьше, и больший чувствует себя хозяином, он начинает понимать, что он сильнее, умнее других, и невольно – а может и вольно - притесняет меньших. А теперь представим вазу, в которой лежат абсолютно неотличимые друг от друга мандарины. Это и будет полностью равным обществом, где никто изначально ничем не отличается от других. По сути, это то, к чему мы стремимся. Забавно получается, правда? Чтобы образовать полное равенство, нужно отказаться от самого себя.

Думаю, теперь я смогу ответить на заданные в начале вопросы:

1) личность человека формируют обстоятельства; сила личности определяется степенью зависимости от общества;

2) у каждого человека есть личность;

3) человек может менять общество, если имеет достаточно сильную, многогранную личность.

В чем же проблема формирования личности? *Проблема формирования личности в чрезмерном влиянии общественности на нее.* А теперь обратимся к роману Федора Михайловича Достоевского «Братья Карамазовы». Что мы в нем видим? Четыре брата (я также посчитала Павла Смердякова), рожденные от одного отца, но совершенно разные. Фактически, весь роман посвящен становлению их личностей. Рассмотрим каждого из них по отдельности.

Самый старший брат – Дмитрий Карамазов. Брошенный матерью в детстве, росший, фактически без родителей, под опекой одного лишь слуги Григория и его жены, он вырос очень впечатлительной, романтичной, бурной и страстной натурой. Если Алеша Карамазов является олицетворением всего небесного, возвышенного, то Дмитрий явное воплощение земного, настоящего. Нехватка любви в детстве печально отразилась на будущем Дмитрия. Постоянный поиск чувства, желание быть любимым, при этом совершенное непонимание, что действительно ему нужно. Дмитрий страдал, но он и хотел страдать одновременно. Он не умел, да и не хотел сдерживать, ограничивать себя ни в чем, особенно в страсти, чувствах, эмоциях. В жизни Дмитрию всегда не хватало определенности, как в детстве, так и в юности. Если бы его отец действительно заботился о нем? Тогда у Мити, возможно, появилась бы цель в жизни, он бы знал, чего хочет, и даже если бы полюбил Грушеньку, то смог бы смириться, смог бы обуздать себя, может быть, с помощью гордости, как поступил бы Иван, или, наоборот, с помощью смирения, как поступил бы Алеша… Но Дмитрий не мог побороть свою уже достаточно развившуюся личность, не мог изменить себя, да и не хотел. Это пример, когда характер и темперамент берут верх над индивидом и превращаются в его судьбу, рок, фатум.

Иван Карамазов. Сильная, но темная и даже искаженная личность. Он рос не так, как Дмитрий, а в приемной семье, с детства обнаружил большие способности к учебе. Иван считается героем, противостоящем всему миру, общественным мнениям и стереотипам. В его образе скрыта постоянная борьба, но, на мой взгляд, не столько с обществом, сколько с самим собой. Я называла Дмитрия неопределившимся, но если он хотя бы отдаленно понимал, что ищет чувств, ищет свое место в мире, то Иван не мог ничего толком о себе сказать и доказать. Единственное, что он признает в себе твердо – это необъяснимая для него жажда жизни. «*Я спрашивал себя много раз: есть ли в мире такое отчаяние, чтобы победило во мне эту исступленную и неприличную, может быть, жажду жизни и решил, что, кажется, нет такого», «…не веруй я в жизнь, разуверься я в дорогой женщине, разуверься в порядке вещей, убедись даже, что всё напротив беспорядочный, проклятый и может быть бесовский хаос, порази меня хоть все ужасы человеческого разочарования, — а я всё-таки захочу жить»* - говорит он [1, с. 536]. В основном, Иван рассуждает о любви, вере и устройстве общества, и рассуждения его также противоречивы. Он считает себя социалистом, но в поэме о великом инквизиторе утверждает: *«Ничего и никогда не было для человека и человеческого общества невыносимее свободы»* [1, с. 592]. Миусов, говоря о мировоззрении Ивана, говорит: *...уничтожьте в человечестве веру в свое бессмертие, в нем тотчас же иссякнет не только любовь, но и всякая живая сила, чтобы продолжать мировую жизнь. Мало того: тогда ничего уже не будет безнравственного, все будет позволено…»* [1, с. 159]. Фактически, эту фразу можно истолковать так: если Бога нет, то все позволено. Именно эта мысль и не дает Ивану покоя на протяжении всего романа. Он не знал, хочется ли ему быть свободным? Он боялся ее и желал одновременно.

Чем схож Иван с Дмитрием? Чем они отличаются друг от друга? Иван явно презирает брата, презирает его чрезмерную пылкость, необдуманность, даже его любовь к Грушеньке, которую он и любовью-то не считает. А ведь, между тем, Иван добивался Катерины Ивановны, может быть, был даже влюблен в нее. Отношение Ивана к любви, как и к вере, очень противоречиво, я бы охарактеризовала его так: и хочется ему поверить, но не может он на слово принять что-либо, не может без доказательств уверовать; ищет ответы сам, требует их у других, но неизменное отрицание, словно врожденное, а на самом деле просто взращенное, постоянно уводит его от конечной разгадки, конечной истины. Такое отношение можно объяснить тем, что для Ивана вера и любовь требуют разумного, рационального оправдания, но сердце не подвластно логике и поэтому Иван постоянно впадает в противоречия, которые не может объяснить. Если бы он уверовал в Бога, то уверовал бы и в любовь. Но, все-таки, Дмитрий гораздо ближе к Ивану, чем Смердяков или Алеша. Их объединяет неопределенность, как духовная, так и материальная. И Ивана, и Дмитрия я отнесла бы к третьей группе, т.к. их никак не назовешь простыми или легкими людьми.

Что же можно сказать об Алеше? Пусть в нем нет открытых душевных метаний, пусть он тверд в своей вере, в своих убеждениях, несмотря на это, он – самый несовершенный персонаж из «Братьев Карамазовых». Я бы назвала его «неоконченным». Алеша верит в Бога. Это – его главное отличие от остальных братьев. Алеша более других не похож на своего отца (Федора Павловича), он отдалился от его страстей, неверия, слепого желания. Почему же только он смог это сделать, не умный Иван, не Смердяков, не выросший вдали от отца Дмитрий? Алеша ведь также потерял мать, воспитывался поначалу слугой Григорием, был взят в ту же приемную семью, что и Иван? Именно поверив в Бога, Алеша смог измениться. Именно вера помогла ему пережить все свалившиеся на него испытания: смерть отца, смерть старца Зосимы (который оказал на него очень большое влияние), обвинение брата в убийстве, «давление» характера Ивана, даже смерть Илюшечки… Но все же Алеша не отрекся от добра, не променял предлагаемую мудрость Ивана на мудрость своего сердца. *«Он, казалось, всю жизнь жил, совершенно веря в людей, а между тем никто не считал его ни простячком, ни наивным человеком»* [1, с. 37] - можно было бы сказать, что его сделало таким воздействие монастыря, старца Зосимы, но даже в детстве в доме приемных родителей *«его решительно считали за родное дитя»* [1, с. 38]. Это говорит о том, что благодаря уму и тесно связанной с ним добротой Алеша с детства отличался от братьев. Доказательством «незавершенности» Алеши является то, что Достоевский хотел написать продолжение романа, где по сюжету Алеша должен был убить царя.

А что же можно сказать о Смердякове? Надменен, замкнут, злопамятен, даже дик… Причина ли этой высокомерной злобы в нехватке любви? Павел Смердяков – незаконнорожденный сын от городской юродивой. Скорее всего, с детства окружающие относились к нему с презрением, пусть даже и не явным, но все равно замеченным мальчиком. И в ответ он сам стал всех презирать, даже своих приемных родителей. Уже сама его фамилия – Смердяков, придуманная отцом Федором Павловичем, является жестокой насмешкой. И мальчик тоже ожесточился. Григорий был вспыльчив и груб с ним, *«Ты не человек, ты из банной мокроты завелся, вот ты кто»* [1, с. 290], - говорил он. Павел никогда не простил ему этих слов, они въелись в его память, возможно, даже эхом звучали в ушах. Как мог рассуждать он в своем возрасте: «Если я не человек только потому, что в бане родился, а не в родном доме, потому, что от юродивой, а не от обычной женщины, то кто же я? И кто они, чтобы так судить обо мне? Может, только я человек, а они все нелюди, раз думают так?». Смердяков стал презирать других, он решил, что не нужны ему какие бы то ни было люди, не нужно ему никакое общество. Он огородил себя от него.

В начале своей работы я обозначила четыре группы, которые распределяются по разной степени зависимости человека от общества. И вот, перед нами - Павел Смердяков, человек, отринувший людей, уединившийся в себе, отказавшийся от общих идеалов. Можно ли его в таком случае назвать сильной личностью? Давайте подумаем, что произошло со Смердяковым, когда он встретил Ивана? Изголодавшийся без желаемого общения, он уцепился за него, как за последнюю соломинку, он видел в Иване достойного человека, без предрассудков, отрицающего людские идеалы, и он хотел, чтобы и Иван тоже признал в нем равного… Но почему же ни Иван, да, я думаю, и никто из других людей не признал бы Смердякова?

Вернемся к сделанному мной выводу: сила личности человека измеряется ее степенью зависимости от общества. Его требуется дополнить: человек, независимый от общества – это не одинокий человек, не отдалившийся и не отгородившийся от мира, это человек, пытающийся изменить себя и других, и не позволяющий другим менять себя. А теперь вспомним сформулированную до этого проблему: проблема формирования личности человека в чрезмерном

влиянии общественности на нее. Кто же из братьев Карамазовых смог лучше решить эту проблему, и как ему это удалось? Чья личность наиболее независима от людей, наиболее уникальна? Возможно, кто-то сразу сказал бы – «Иван». И на то есть причины: Иван рассуждает по-своему, ничего не принимает на веру, пытается рассказать, внушить свою точку зрения другим. Но что мы, однако, видим в конце романа? Иван утверждал, что все дозволено, что обернулось тривиальным и низким убийством. Его идеи, его мысли, в итоге, отобразились в его голове банальным чертом, да еще и не особо поэтичным *(«Ты хотел бы, чтобы я появился… с опаленными перьями?»)* [1, с. 1490]. На самом деле, его глубокие рассуждения – лишь мишура, пытающаяся замаскировать путь к обычным порокам. На самом деле, наиболее сильной личность здесь является Алеша. Он не чуждается людей, а старается им помочь, он пронес свою веру через испытания и выстоял, утверждал, что надежда всегда есть и смог уверить в этом других. Он изменил мальчишек, обижавших Илюшечку, изменил Дмитрия, Ивана, Грушеньку, и даже затронул что-то в отце своем, Федоре Павловиче. Разве не это есть сила духа? Проблема формирования личности в чрезмерном влиянии общественности на нее. Сила личности измеряется степенью зависимости от других людей. Личность уникальна. Сильный человек может менять мир и людей вокруг себя. Человек станет сильным, если у него будет, во что верить, за что зацепиться в этом мире.

Список литературы:

1. Достоевский, Ф. М. Братья Карамазовы./Ф.М. Достоевский. М.: Изд-во «АСТ», 2007.
2. Франкл, В. Человек в поисках смысла: Сборник: Пер. с англ и нем. /В.Франкли. М.: Прогресс, 1990. – 368 с.

Подсекция 13.5. Актуальные проблемы социальной сферы жизни общества

РУССКОЕ ДИПЛОМАТИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО КАК ОСНОВНАЯ ГАРАНТИЯ ЗАЩИТЫ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ МНОГОПОЛЯРНОЙ МОДЕЛИ МИРА

Алесов В.А.
Научный руководитель: ассистент О.В. Богдан
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В мире на сегодняшний день существуют более двух ста стран, имеющих свою культуру, особую историю. Они постоянно, так или иначе, взаимодействуют между собой, образуя сообщающийся, многосторонний мир, который основан на тысячелетнем опыте предков, их знаниях и наследии. Особое значение приобрёл термин «мировая цивилизация», символизирующий преемственность от начала времён, когда человек являлся скорее новым гостем этой планеты, постепенно развиваясь и меняясь, создал мир таким, каким мы его видим сегодня. Теперь же мы хозяева этого общего дома, прошедшие колоссальный путь, полный великих свершений и горьких ошибок. Многообразие культур, традиций, исторического наследия в совокупности своей определяют современный облик мира. Естественно, что у каждой страны есть свои интересы, безусловно требующие уважения и признания со стороны всех остальных государств, которые должны с этими интересами считаться.

Говоря о свершённых «горьких ошибках», мы подразумеваем кровопролитные воины, нанёсшие огромный ущерб человечеству, в течение всей его истории. Известно чем может обернуться желание в обход интересов других государств добиваться единоличных целей, пологая, что любое твоё действие – есть воля исключительная, не подлежащая обжалованию, ибо считаешь и себя исключительной силой. На знании всей ошибочности этого убеждения, после того, как пришлось столкнуться со зверем, что, движимый был этими идеями, который объявил войну самой человечности, людям пришлось переосмыслить своё прошлое, чтобы иметь уверенность в будущем. Международные отношения стали базироваться на прочной основе международного права, гарантом соблюдения которого выступает учреждённая в Сан-Франциско Организация Объединённых наций, а в частности её структурный орган - Совет безопасности. Теперь же все разногласия, противоречия, конфликты должны разрешаться только мирным путём за столом переговоров. Созданный механизм взаимодействия государств не раз доказывал свою эффективность, но главное, что благодаря ему, нам удалось избежать третей «глобальной встряски». Конечно, все мы знаем и о нарушениях международного права в этой связи со стороны стран, являющихся даже основателями этого миропорядка,- это события известные нам в Ираке, Ливии, Сирии и других странах, которые представляют собой до сих пор очаги нестабильности и хаоса, угрожающего распространиться на более обширные территории.

В таких непростых условиях профессия дипломатического работника приобрела особое значение. Основное оружие любой цивилизованной страны - это слово, используемое в целях защиты интересов собственных и общих, выраженных в потребности безопасности от угроз новых, а также угроз старых. Под старыми угрозами следует понимать возвращение к предыдущему миропорядку, когда, во первых, над желанием мира и стабильности, преобладала потребность расширения своей сферы влияния, борьба за ресурсы, и как следствие низкий уровень конструктивного взаимодействия мирового сообщества в целях обеспечения мира; во вторых - это пренебрежительное отношение к самому человеку, как к орудию в руках сильных мира сего, у которого особых прав, гарантированных государством и мировым сообществом, просто и нет. Новые угрозы – негативные изменения в окружающей среде, вызванные деятельностью человечества, радикальный религиозный экстремизм, территориальные споры и т. д.

Школа русской дипломатии стоит на прочной основе предшествующих поколений выдающихся деятелей, защищающих интересы целого государства, виртуозно владея словом. У всех на слуху такие фамилии как: Грибоедов, Остерман, Кутузов, Панин, Бестужев-Рюмин, Горчаков, Громыко, Молотов, Примаков.

Знание приёмов риторики, прежде всего, необходимо для успешного ведения переговоров, дискуссий, участия в крупных международных форумах и конференциях. Кроме того, необходимым условием для любого участника дипломатических миссий, сотрудника МИД, который задействован во внешних связях, представителей законодательных, исполнительных органов, представляющих нашу страну на «международной арене» является безупречное знание языка, главным образом русского, английского и других. Чтобы представлять наши интересы в других странах нужно знать культурные особенности, историю той страны, в которой он находится, чтобы, оперируя этими знаниями, успешно на основе принципов равноправного и взаимовыгодного сотрудничества, налаживать исключительно партнёрские и дружеские отношения. Всё это требует больших усилий, главным образом умственных, от человека, желающего видеть себя защитником интересов нашего государства.

Естественно, что у дипломатической речи есть свои особенности и отличительные черты, которыми нужно руководствоваться при формировании текста выступления, различных документов, общения и переговорах без заранее подготовленного плана монолога или диалога. Выделяют следующие наиболее распространённые виды дипломатического красноречия: а) речи на международных и межгосударственных конференциях, собраниях, заседаниях, встречах; б) речи на дипломатических актов (соглашений, контактов, коммюнике); в) речи во время визитов, приемов, прощаний, наград и т.д.; г) дипломатическая переписка. Каждая из вышеназванных форм имеет свои отличительные черты, но можно выделить общие признаки, позволяющие определить дипломатическую направленность речи. Дипломатический язык – это выражение, употребляемое для обозначения двух различных понятий. Во-первых, это язык, на котором ведутся официальные дипломатические контакты и составляются международные договоры. Во-вторых, это совокупность специальных терминов и фраз, составляющих общепринятый дипломатический словарь. Дипломатическое красноречие выступает в качестве разновидности официально–делового стиля речи, отличительными чертами которого служат: использование типичных языковых конструкций (клеше), сжатость и точность изложения, употребление специальной терминологии и аббревиатур, безличные конструкции, сложные по составу предложения, определённая последовательность слов. Как раз те особые словесные конструкции, слова, наиболее часто употребляемые дипломатами, дают основания, для выделения этого подстилая из более широкого понятия «официально–делового стиля речи». Более того, цель речи также иная, чем в других случаях, а именно: защита государственных интересов на международном уровне.

Языковые особенности дипломатического красноречия особенно выделяются среди других речей, которые характерны для иных сфер деятельности, где необходимо использование официально-делового стиля речи. Они делятся на лексические, морфологические и синтаксические.

К лексическим чертам можно отнести: 1) употребление международной дипломатической терминологии в основном французского и латинского происхождения (консул, конвенция; атташе, демарш, коммюнике); 2) некоторые общелитературные слова, которые в контексте дипломатии могут приобретать иное значение, например, протокол (совокупность общепризнанных правил международного общения). Сторона (имеется в виду определенное государство и его правительство, участвующее в переговорах), невмешательство и т.д ; 3) этикетная лексика (его величество, уважаемые коллеги, господин председатель); 4) комплиментарная лексика (во многом благодаря вашим усилиям, ваша немалая личная заслуга); 5) Экспрессивно-эмоциональный компонент (с

удовлетворением отмечаю, дружественный, уверен, что отношения, рады успехам); 6) метонимические замены,- это когда, к примеру, слова: «Москва», «Кремль» служат для обозначения нашего государства; 7) ну и конечно же элементы языкового стандарта-клише, без которых не обходится ни одна речь дипломата. В их числе: «конструктивный диалог», на высшем уровне, в интересах стабильности, на благо народов и многое другое.

К морфологическим признакам языка дипломатии (как и любого другого подстиля) следует отнести многократное использование определённых частей речи. Одна из ярких (и определяющих) черт официально-делового стиля (и дипломатического подстиля, в частности) – употребление отглагольных имён существительных – распространение, доставка, запрещение, разоружение и др., а также событийных имён – война, мир, безопасность. Обилие производных предлогов (в сочетании с существительными вышеназванных групп) – неотъемлемая часть дипломатических текстов: в целях повышения значимости форумов, включая соглашения о гарантиях, в связи с ранее существующими договорённостями, в соответствии с выбором каждой страны, в отношении приобретения новых технологий, с целью удовлетворения энергетических потребностей и т.п. Простые предлоги участвуют в создании устоявшихся клише; в сочетании с существительными они становятся приметой стиля: соглашения о гарантиях, договорённости о поставках, планы по развитию/использованию, работы по обогащению, меры по предотвращению/выполнению, обязательства по уничтожению, контроль за использованием /за исполнением, мораторий на запуски ракет, стабильность на полуострове и др.

Синтаксические. Синтаксис дипломатических документов отличается сложностью, в нём преобладают длинные предложения, осложнённые причастными оборотами; сложноподчинённые предложения с различными типами придаточных частей (преимущественно определительными и изъяснительными), пространным перечнем однородных членов, нередко подчёркнутым графически при помощи абзацного членения конструкции.

Для синтаксиса дипломатических документов характерно употребление условно-уступительных предложений, конструкций с ослабленной модальностью долженствования, гибких формулировок, что соответствует требованиям дипломатического этикета, дипломатического такта. Повелительное наклонение и соответственно императивные предложения употребляются в дипломатическом подстиле в исключительных случаях – в нотах протеста, в ультиматумах.

Способ изложения в дипломатических документах чаще всего – повествование, возможны описание, рассуждение. Директивный способ изложения присущ международным документам лишь в экстренных ситуациях – разрыв дипломатических отношений, ультиматум.

На России, как и на других развитых странах, имеющих большое влияние, лежит особая ответственность за обеспечение мира, стабильности и безопасности. Уверены, что только с помощью дипломатии и взаимного, конструктивного сотрудничества возможно добиться разрешения всех проблем, стоящих сегодня перед мировым сообществом.

После распада СССР, известный американский философ Френсис Фукуяма провозгласил так называемый «Конец истории», когда страна, номинально победившая в холодной войне, приобрела огромное и безраздельное влияние в мире. Очевидно, что такая концепция с треском провалилась. Более того, такой взгляд на мировую политику привёл к ощущению безнаказанности этой страны и её неограниченного влияния, что привело к ряду грубейших нарушений основ международного права, а также к дестабилизации целых регионов мира. Сейчас главное не допустить «столкновение цивилизаций», а, напротив, добиться максимальной консолидации стран мирового сообщества против общих угроз и ради конструктивного, выгодного всем без исключения сотрудничества. Дипломатия в этой связи является основным инструментом в наших руках для достижения этого правого дела.

Список литературы:

1. Баландина, Л.А. Язык дипломатии: традиции и современность / Л.А. Баландина, Г.Ф. Кураченкова // www.ling-expert.ru (дата обращения 15.03.2016)
2. Дипломатический словарь: В 3 т. /Под ред. А. А. Громыко. М., 1984, 1986.
3. Серре, Дж.В. Дипломатический церемониал и протокол / Дж.В. и Ж. Серре // М., Прогресс, 1976.
4. Фукуяма, Ф. Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма // Free Press, 1992.

ФИЛИПП ШТАЙНЕР ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ ВО ФРАНЦИИ

Банис А.С., Гусева Т.А., Янгель Л.В.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент О.П. Кымысова

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Вопросы экономической социологии имеют высокую степень актуальности во Франции. Об этом свидетельствует несколько фактов, во-первых, с 2003 г. при поддержке Национального центра научных исследований (CNRS) была создана и финансируется сеть учёных, работающих в области экономической социологии, которые организовывают семинары на самые разные темы, проводят ежегодные заседания, на которых имеет место обсуждение промежуточных результатов докторских диссертаций; во-вторых, дисциплина «экономическая социология» становится более востребованной в образовательной системе Франции, она включается в университетские учебные программы и является одной из трех дисциплин, которую должны изучать кандидаты для общенационального конкурса.

Экономическая социология во Франции богата интересными исследованиями, так например, с позиции этнографического подхода изучались менеджмент в больницах (Николя Белоржи), финансовый бизнес (Горацио Ортис), уход за пожилыми людьми (Флоранс Вебер), «Новый дух капитализма» (Эва Кьяпелло и Люк Болтански) и другие. Появились исследователи, изучающие одну из важнейших тем современного общества - управленческий аспект хозяйственной деятельности государства.

Сегодня выявились три особенности социоэкономических исследований во Франции.

Существует сильная связь между неортодоксальной политической экономией и экономической социологией.

Сильное влияние на экономическую социологию оказывается со стороны социологической науки, например, Центр социологии инноваций, занимающийся изучением профессий и регулятивных отношений, подчёркивает роль неопределённости качества и доверия в хозяйстве.

Широко раскрываются особенности французской системы образования, где имеет место большой разрыв между университетами и высшими школами. Высшие школы играют важную роль в воспроизводстве общественной элиты, они выпускают молодых ученых, для которых экономическая социология является легитимной исследовательской областью. В трёх высших школах студенты изучают экономическую теорию и социологию, что редко встречается в университетах.

Филлип Штайнер считает одним из важнейших направлений в экономической социологии социологию рынков, которая рассматривает рынок как социальный механизм, обеспечивающий людей ресурсами, при помощи которого совершаются дарообменные отношения.

В исследовании социальных процессов, возникающих при дарообмене, ученый опирается на труды классиков: Огюста Конта, Эмиля Дюркгейма, Марселя Мосс и Пьера Бурдье. О. Конт подчёркивал роль дарообмена и закона, считая важнейшей социальной проблемой для своего времени установление приоритета альтруизма над эгоизмом. Э. Дюркгейм стоял на позиции дихотомии альтруизм-эгоизм и считал, что эгоизм и альтруизм являются порождением социальных процессов. М. Мосс высказывает мнение о том, что люди следуют ограниченному набору правил (дарить, получать дар и преподносить ответный дар). В этнографическом исследовании ритуалов и символов Алжира П. Бурдье изучал дарообмены, совершавшиеся при бракосочетаниях и относящиеся к постройке жилья и кодексу чести.

Особый интерес в исследованиях вызывает рынок человеческих органов, ведь пересадка органов один из важнейших вопросов государственной политики. Этот аспект очень хорошо представлен в труде Ричарда Титмуса «Отношение дара: от переливания крови к социальной политике», который считает, что рыночные отношения должны быть полностью исключены из сферы переливания крови. Во многих странах объектом купли-продажи могут быть составляющие крови, но не может быть — цельная кровь. Этот труд оказал большое влияние на политическую систему США в вопросах переливания крови, при этом законодатели пренебрегли мнением Ричарда Титмуса и решили запретить только рыночные трансакции с цельной кровью.

Ученого интересует вопросы, как совершается трансплантации органов, когда так широко распространены строгие запреты на рыночные трансакции «твёрдых» органов, как работает эта система в случае отсутствия рыночных трансакций. Так, например, в 1980-х годах поступление человеческих органов отставало от нужд пациентов и хирургов-трансплантологов, что привело к созданию специальных организаций, таких как Объединённый фонд донорских органов в США, Агентство биомедицины во Франции, Национальная организация по трансплантации в Испании. Эти организации, получающие, распределяющие и использующие человеческие органы, функционируют

благодаря разнообразным наборам правил (подбор органов пациентам и личных интересов сторон, включая правила финансирования и затрат).

Филипп Штайнер выступает против создания биорынка для органов, считая, что такая «торговля трансплантатами», соответствует атлантической работорговле, когда рабство было ещё узаконено. «Биорынок позволил бы пациентам из среднего класса богатых стран покупать человеческие органы у бедных людей из неразвитых стран» [1], но такая торговля будет усиливать неравенство и доступность медицинских ресурсов в основном для богатых.

В заключение отметим, что профессор Филипп Штайнер достаточно широко освещает вопросы экономической социологии и достижения ведущих французских исследователей, позволяя нам прикоснуться к этим знаниям и понять текущее состояние дел во Франции.

Список литературы:

1. Радаев В.В., Соколова Т.В. Экономическая социология во Франции: интервью с Филиппом Штайнером. / В.В. Радаев, Т.В. Соколова //Экономическая социология Т.10. 2009. №4. С. 6-12.

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ

Бондарев Д.С.

Научный руководитель: к.ф.н, доцент О.П. Кымысова

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Большое внимание современных социологов акцентируется на социальном портрете студента. Абитуриенты, при поступлении в Вуз, переходят на новую ступень социализации в обществе, где у них формируются или переформировываются личностные качества и жизненные ценности. Студенты могут по новому относиться к появившемуся свободному времени, используя его на свои хобби, занимаясь самообразованием или устраиваясь на работу. Но помимо свободного времени у студента появляется и большая ответственность за свою учебную деятельность, при неисполнении которой могут следовать серьезные последствия. Вся совокупность приобретаемых студентом личностных качеств в Вузе формируют в нем полноценную личность.

Сегодня студентам свойственно проводить свое свободное время в различных культурно-развлекательных, досуговых формах общения. Свободное время это время свободное от основной, учебной деятельности. Такая внеучебная деятельность может быть творческой, культурно-потребительской, познавательной.

В данной статье будут рассматриваться результаты социологического исследования, которое проводилось в рамках общего университетского исследования «социальный портрет студента» среди студентов очной формы обучения февраль – декабрь 2015 года.

Цель исследования: выявить такие важные аспекты формирования личности для студента, как свободное время студентов и изучение интересных дисциплин студентами Красноярский ГАУ.

Объектом исследования являются студенты очной формы обучения 2 и 3 курсов, следующих института пищевых производств и юридического института.

Объем выборки составил 77 человек, опрос проводился на основе случайной выборки, проверка на репрезентативность не проводилась.

Общая совокупность респондентов по половому признаку представлена следующим образом: женщин - 67,5 % и мужчин - 32,5 %. Следует отметить особенность выборочной совокупности по половому признаку респондентов представительниц женского пола в 2 раза больше, чем молодых людей.

Метод сбора информации - анкетирование студентов в ходе учебного процесса.

Обработка данных проводилась с использованием Microsoft EXCEL 2010.

Результаты исследования позволили выяснить, что женщины-респонденты, в большинстве случаев, затруднялись дать ответ о своем времяпровождении, их число в процентном соотношении составило - 11,6 %, 10,3 %, указали, что имеют другое времяпровождение, и еще 10,3 % предпочитают отдыхать в свободное от учебы время. Меньше всего женщины-респонденты предпочитают подготовку к занятиям - 3,9 % и посещение бассейна - 2,6 %. У мужчин-респондентов свободное время занято работой - 6,5 %, Другая часть, а именно - 5,1 % указала иное времяпровождение. Меньше всего мужчины-респонденты предпочитают развлечение в свободное от учебы время - 1,3 %. Такой сильный разрыв в процентном соотношении обясняется подавляющим большинством женщин-респондентов.

Результаты исследования позволили выяснить, что женщин-респондентов интересовали следующие дисциплины: социология - 19,4 %, право - 18,1 % и химия - 16,8 %. Аутсайдером здесь

оказалась музыка - 1,3 %. В то же время у мужчин-респондентов вызвали интерес такие дисциплины как: маркетинг - 6,5 %, логика, философия и химия - 3,9 %.

В заключение, можно сказать, что большинство респондентов-мужчин предпочитают своё свободное время посвящать вторичной занятости, т.е. работе. Это показывает, как студент на этапе становления личностью, хочет частично, или полностью обособиться от опеки родителей и стать финансово независимым. В то время как женщины-респонденты еще не определились со своим выбором и не знают, куда им стоит потратить своё свободное время. Также, исходя из итогов анализа изучаемых интересных дисциплин для студентов Красноярский ГАУ, можно сделать вывод, что женщинам-респондентам интересны дисциплины своей специальности, в то время как мужчин-респондентов проявляется интерес к междисциплинарным наукам, которые могут частично затрагивать или совсем не затрагивать их профессиональную специализацию. Поэтому у женщин-респондентов шанс стать полноценной личностью, после окончания Вуза меньше, чем у мужчин, потому что они еще не могут определиться, что им необходимо от жизни.

Список литературы:

1. Ильенков Э.В. «Что такое личность?» / Э.В. Ильенков. - М.: 1991.
2. Платонов К.К. «Структура и развитие личности». / К.К. Платонов. - М..: 1986.
3. Слободчиков В.И., Исаев В.И. «Психология человека. Ведение в психологию субъективности. / В.И. Слободчиков, В.И. Исаев. Учебное пособие для вузов». - М.: 1995.
4. Смирнов С.Д. «Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности». / С.Д. Смирнов. - М.: 1995.

ДОСУГ СТУДЕНТОВ (СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Бровко Д.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Шарыпова В.А

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Из века в век, каждый человек находит себе занятие по душе, проводит свое свободное время с удовольствием. А как проводили свой досуг студенты и как устраивают его сейчас, мы попытаемся выяснить и сравнить.

Досуг - свободное время, которое человек может провести так как он захочет, по степени активности и с максимум или минимум затраты сил и времени.

Досуг является одной из важнейшей частью сфер деятельности студента, так как в свободное от учебы время, всем хочется отдохнуть и отвлечься от груды учебников, методичек и все возможных учебных дел.

Внесем следующие моменты характеризующие досуг:

1. досуг имеет физиологические, психологические, социальные аспекты ;
2. формирует и развивает человека как личность;
3. досуг построен на добровольном выборе какой-либо деятельности;
4. свобода творчества, самоутверждение и самореализация;
5. позитивная концепция «Я»;
6. самовоспитания личности;
7. свобода «полета» фантазии, креатива и инициативных идей.

«Студенческие годы – лучшие годы в жизни»- это выражение мы слышим довольно часто, да и с давних времен. Давайте окунемся в далекие времена, когда наши прадедушки и прабабушки были такими же свободными, беззаботными и озорными студентами.

Если следовать из бюджета времени студента, то он на много был кратковременным по сравнению с отдыхом школьника. В основном отдых был по выходным, это в субботу и в воскресенье и конечно же в праздничные дни. Иногородние студенты попавшие в столицу спешили на экскурсии, на прогулки по набережным и в особенности прокатится на трамвае.

Для того времени, массовый досуг был предметом идеологического контроля, причем со стороны как специальных органов, так и студенческих организаций.

Спорт в 1920х годах не стал массовым явлением среди студентов. Хотя многие студенты в свободные минуты от учебы пытались сделать свое тело «совершенством». Популярными среди вузовцев были гимнастика Далькроза, физические упражнения по системе Мюллера, игры в футбол, лапту, лыжные гонки, плаванье и гребля. Спортивная одежда была распространенная, а так же была в обиходе у студентов и состояла из специальных трусов и гимнастических рубах.

Прослушивание радиопередач, любимое занятие студентов. Составлялись программки с графиком времени и анонсом рубрик. Радио перевернуло мир студенчества в 1920х годах не чуть не меньше, чем телевидение в 1950х годах или же интернет на рубеже 20-21 века.

Спустя не много времени во многих общежитиях были радиоприемники, т.к в первую очередь они распространялись на коллективы. Прежде всего о приоритете радио в студенческие годы не приходится ,потому что звучание радио не достигла хорошего уровня, и обычное прослушивание концерта слышалось как обычных «вой». А тем временем когда многие студенты тихонько учили уроки или же культурно просвещались, были и те кто любил по их словам» релаксацию» где не в вузе и без родительской опеки, в общежитии любили» обмыть» любой личный и общественный повод и спускали свою стипендию на эти праздники, а потом стояли в ожидании талонов на обеды. Как писали многие журналы, что после получения стипендии следовали пьянки ,дебош, мат. Хочется заметить ,что стипендии получали и трешники. Стипендия была высокая, но прилавки пустые, но с голоду ни кто не умирал. Студенты употребляли спиртное не только в общежитиях ,но и в разных питейных заведениях, которых на тот момент было не так уж и мало. Напьются, и начинают ругаться на Соввласть, партию и комсомол. «Героем»- считался тот студент, кто знал больше анекдотов, смешных рассказов, не пристойных песен и не стеснялся исполнять при девушках. Представление о студенческой жизни дает настенный «Дневник нашей комнаты» в общежитии студентов-вхутемасовцев, обнародованный в студенческом журнале: «15/IV — надрызгались в доску, Колька сплоховал — ездил „за границу“; 16/IV — не жрали и не курили. Думаем поставить мировой рекорд голодовки. Денег ни гроша; 20/IV — играли в карты до… (дальше стояло малоупотребительное, но весьма сильное слово); 28/IV — Васька лишил Нинку…»

В 1931году были введены ГТО, что стало в основу физического воспитания студентов. Иметь знак ГТО считалось пристежным. Вечерницы, танцы под патефон, походы в кино, мороженное и газировка, неотьемленная часть жизни любого студента СССР.

Находились те, кому хотелось выделяться из толпы, и вот появление ярких, вечно веселых «стиляг». Это и есть появление субкультуры в 1950х года. Кричащие наряды(яркие галстуки с пальмами, обезьянами, узкие брюки, пиджаки ,куртки на молниях)о протесте всех норм, звук джаза, «буги-буги» вот он «бунт стиляг».

Чтение книг – неотъемленная часть дневного досуга, появления телевизора. Профсоюзные и комсомольские организации организовывали студентам не только танцевальные вечера, но и различные тематические мероприятия, так же организовывали различные кружки как театрального характера, так и рукодельного, проходила организация праздников в учебном учреждении и вне его стен.

С 1960х годов ввели в жизнь студентов встречи с чашечкой чая с различными композиторами, писателями, художниками, для окультуривания молодого поколения. Хоровые,оркестровые кружки, были очень популярны. Но самым огромным спросом у студентов были команды КВН и агитбригады. Конкурсы в команду КВН были всегда. Так же и на сей день, КВН как всегда популярен. Самой романтической порой в жизни студентов это были знакомство на танцевальных вечерах, различных кружках, прогулки в парках. По статистики за время обучения 10-20%женятся,5-9% обзаводились детьми. Молодые студенческие семьи всегда поддерживали, давали комфортные места в общежитиях, помогали материальной помощью, помогали устраивать детей в садик. Внебрачные связи считались аморальными. В одном из общежитий отчислили студентку за то, что он находилась в комнате со своим парнем без света.

Что же происходит в наше время у студентов?

Можно сказать, что почти тоже самое. Те же танцы, кружки, КВН. Но и многое поменялось. Сейчас менее активные студенты в жизни университета. Появилось много техники, компьютеры, планшеты, телефоны, даже книги стали менее популярными. Но спорт остается всегда на популярном месте. Музыка, хореография, так же в ходит на первое место. Многочисленные конкурсы, всероссийские, межвузовские активно проходят каждый месяца. Активно помогают молодым семьям, выдают общежитие, но уже не помогают в материальном эквиваленте. Стипендию получают только учащие на оценку 4 или 5.Бюджетных мест мало, не каких талонов. Что касается выделения из толпы, так сейчас «море» субкультур(готы, панки, эмо, готы, и т. д.),да и возможностей больше. В магазинах появилось огромный выбор всевозможных вещей, разной атрибутике, и не приходится варить джинсы. Все те же посиделки в общежитиях, песни, гулянки, драки. Студенты в свободное время от учебы подрабатывают, что бы иметь больше карманных средств на свои нужды. Клубы, тусовки, не посещения занятий, все это на сегодняшний день считается нормой в молодежной среде.

Из покон веков досуг студентов будет менятся, но не которые детали будут не измены. Что популярно на сей день диктует нам молодёжь, и по этим критериям, человек выбирает себе дело по душе, кто-то спорт, кто-то музыку,а кто-то диван. Не нужно быть собственной ленью -развивайтесь пока молоды, и молоды душой.

Список литературы:

1. Бовкун В.В. Образ жизни советской молодежи: тенденции, проблемы, перспективы. / В.В. Бовкун. – М.: Высшая школа, 1988. – 144 с.

2.Воспоминания выпускников Луганского машиностроительного института 1960 – 1975 годов / сост. Б. П. Румянцев. – Луганск: ТОВ «НВФ «СТЕК», 2003. – 160 с.

3.Кочака Л. Н. Молодежь, ее интересы, стремления, идеалы / Л. Н. Кочака // Всесоюзная научно-теоретическая конференция «Социализм и молодежь» / сост. Т. В. Порфальева. – М., 1969. – С. 338 – 346.

4.Науменко Г. Ф. Молодежь социалистического города: быт, традиции, обычаи. / Науменко Геннадий Филиппович. – К., 1979. – 155 с.

5. Образ жизни советского студента: социол. исслед. / отв. ред. В. Т. Лисовский. – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1981. – 206 с.

6. Рубин Б. Студент глазами социолога: [социол. проблемы воспроизводства рабочей силы высш. квалификации] / Б. Рубин, Ю. Колесников. – Ростов н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 1968. – 277 с.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА

Веретнова А.А., Пестрикова В.М.

Научный руководитель: ассистент О.В. Богдан

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Риторика – это наука о воздействии на человека с помощью слова. Центральная категория для изучения этого воздействия – категория убеждения. Политическая риторика – это речевая система, специально приспособленная для оптимального общения в общественно-политической сфере, наука о специфике, правилах и законах речевой деятельности в области политики как сферы управления обществом.

Риторика как искусство публичной речи в наибольшей степени развита именно в устной публичной политической речи. Особенности политической риторики определяет организация публичной речи в соответствии с традициями и законами, существующими в стране. Главными формами политической риторики являются правовые акты (конституции, законы, указы, постановления, инструкции, приказы) и публичные выступления политиков. В аргументации политическая риторика должна опираться на соответствующие всеобщие, которые она заимствует как из политических, так и из иных текстов. Технологию политической риторики, обеспечивающей речевое взаимодействие личности, общества и государства, определяет государство путем установления воли слова. Не стоит так же забывать о традиционной связи ораторского искусства с политической деятельностью. На протяжении многовековой истории своего совершенствования ораторское искусство применялось в разных сферах жизни общества: духовной, идеологической, социально-политической. Также, современному оратору крайне необходимо быть чутким к своей публике. Сегодня уже недостаточно одного умения «держаться на публике», то есть применять такие невербальные средства общения как позу, жесты, мимику и т. п. В связи с увеличением популярности интерактивных видов коммуникации - сегодня крайне значимо для оратора обладать хорошей лабильностью – большой быстротой интеллектуальной реакции.

Современное общество отличается исключительно разветвленной системой форм политической борьбы и, следовательно, политической речи. Мы вступили в эпоху постиндустриального информационного общества, в котором необходимо владеть не только формой устного публичного выступления, традиционной для античного общества и едва ли не единственно описанной, но всеми формами устного политического диалога, письменно-документальной пропаганды, рекламных кампаний в СМИ и т.д.

Посредством выступлений политики имеют возможность обратиться как к международному сообществу, так и к гражданам своей страны. Речевое поведение политика, обусловленное целями самопрезентации, направлено на формирование собственного имиджа, т.е. создание индивидуального образа, складывающегося у аудитории на основе совокупности представлений о нем. Всякий политик – прежде всего оратор и писатель, занимающий определенную позицию и отстаивающий ее в словесных единоборствах. Политик - прежде всего, должен быть прекрасным оратором, занимающий определенную позицию и отстаивающий ее в случае каких либо словесных единоборств.

Существует ли идеал политика в действительности, как и политик, идеально владеющий речью? Скорее нет, чем да, поскольку, кроме того, что всякий политик получает разнообразные оценки, следует сказать о том, что всякий человек ошибается и в деятельности любого политика существуют хотя бы незначительные негативные моменты. Если нельзя указать на идеального политика, то можно, тем не менее, выстраивать некоторый научно-теоретический идеал, т.е. говорить о качествах личности и моделях поведения (в том числе речевого), которые желательны для политика, хотя это будет некий аналог «утопии» как для государства, так и для человека-политика. Требования, предъявляемые к личности политика, касаются нравственно-этических качеств, соответствующих в риторике понятию «ораторские нравы». Затем следует переход к качествам речи, которые могут быть описаны как прецеденты культуры и проиллюстрированы в конкретном речевом творчестве настоящего времени. Эти требования позволяют описать принципы формирования образа ритора – совокупности внутренних и внешних качеств личности оратора, находящих выражение в речи. Более подробно скажем об этом в соответствующей главе. Иногда этот оратор молчит или «берет паузу», просто предпочитая не выступать, поскольку в политической риторике нет ничего значимее вовремя сказанного слова. Но пауза означает лишь выжидание для осуществления очередного речевого действия или удара. «Вовремя сказать, вовремя и промолчать», – таков принцип поведения, но нет политиков бессловесных, и умение владеть речью, рассчитывать свои мысли и слова, формировать через стиль речи стиль общественной жизни – задача настоящего политика-оратора.

«Политика есть, прежде всего, служение, не карьера, не личный жизненный путь, не удовлетворение тщеславия, честолюбия и властолюбия. … Истинное политическое служение имеет в виду весь народ в целом. Истинный политик не раскалывает людей и не натравливает их друг на друга, а напротив, стремится объединить их на том, что им обще. Значит, высказывая свои спорные мнения, политик утверждает органическую солидарность всех со всеми. Политика есть искусство объединять людей».

Значит, риторическое искусство управлять, осуществляемое словом, должно основываться на честности и нравственности. Возможно ли такое в политике? Может быть, это и есть основной вопрос для всякого политика. Не исключено, что не каждый политик ставит его перед собой, но если не поставить такой вопрос при жизни, то поставят потомки, которые скажут, жил ли этот человек только для частного собственного успеха или его общение с народом преследовало и цели общего благоденствия. В начале XX века существовал кризис политической власти, причины которого можно объяснить последствиями риторических ошибок: идеология власти потеряла доверие народа, т.е. идеология монархии, традиционной русской государственности, веры в Бога была поставлена под сомнение, моду начали диктовать материалистические и социалистические идеи. Духовная связь между «лидерами» страны (Николаем II, основными представителями власти) и народом была потеряна. Выражаясь современной терминологией, отсутствовали доверительные связи с общественностью.

Вступая в третье тысячелетие, нам необходимо честно осознать историю собственной страны в XX столетии. К сожалению, на волнах демократии было высказано множество антикультурных новаций, которые нивелировали объективные достижения российской духовной цивилизации. Ведь надо честно признать, что коммунистический стиль мысли и слова оказался настолько влиятельным в 20-30-е годы, что многие страны мира в XX веке пошли по пути построения социализма и коммунизма – и виною этому были вовсе не «русские штыки». Правда, от словесного намерения построить общество всеобщего равенства и братства до воплощения в жизнь оказалась дистанция огромного размера.

Политическая речь, объединявшая людей в 20-е годы для совместной деятельности, в советское время вызывала все большее недоверие у людей в 70-80-е. Вновь «говорилось одно, а делалось другое…»: на политических семинарах, которые охватывали все предприятия, институты, школы, воинские части и даже детские сады, формировалась единая идеология – и все чаще люди замечали, как «слова» расходились с «делами»…

Рассмотрим образ конкретного политического оратора на примере главы государства 90-х годов Бориса Николаевича Ельцина. Ранний Б.Н. Ельцин – несомненный стилевой новатор и умелый оратор. Быть оратором – значит действовать осмысленно и добиваться своей цели. Ельцин показал себя упрямым, не сходящим со своей позиции человеком, а как раз в риторике главное – занять верную позицию. Его противостояние М.С. Горбачеву насквозь речевое: вдруг взял да покинул зал партийного заседания, значимо отказался от речи, вдруг стал решительно несговорчивым человеком. Решительность и упрямство, соединенные с мастерством политической интриги, принесли Б.Н.

Ельцину риторический успех. Но, увы, Борис Николаевич сошел с политической сцены неудачно и безвкусно. При составлении его последней речи – президентское поздравление с наступающим новым годом – президент отказался от ее составления профессионалами. Борис Николаевич говорил сам, допуская грубейшую ошибку в том, что надо с достоинством говорить о стране, а не о себе:

«Дорогие друзья! Дорогие мои! Сегодня я в последний раз обращаюсь к вам с новогодним приветствием. Но это не все. Сегодня я последний раз обращаюсь к вам, как Президент России. Я принял решение. Долго и мучительно над ним размышлял. Сегодня, в последний день уходящего века, я ухожу в отставку».

В данном выступлении на первое место вышли самолюбие, желание поставить себя в центр событий. Между тем, рейтинг больного президента уже приближался к нулевой отметке – Борису Николаевичу доверяли менее 0,5 процента россиян.

Как же оценить риторическую деятельность первого президента России Б.Н. Ельцина? Для этого необходимо понять, какая идеология (а это всегда – слова, тексты) стоит за теми или иными действиями. В демократическом государстве всегда отлажены связи между лидерами страны и обществом, народом. То, что в современном мире называется иностранным словом PR (связи с общественностью), на самом деле – классическая политическая риторика, другими словами, полноценное и доступное объяснение политики, а если необходимо, то и публичное обсуждение острых вопросов.

К сожалению, в риторической деятельности Б.Н. Ельцина было слишком много ошибок. Выступления редки, а значимость и влиятельность их уменьшались. Стиль выступлений делался все более низким и свободно вульгарным, все более в своей разговорной стихии смахивал на заигрывание с народом, чем на серьезный разговор с ним. Очевидно, это стало скорее результатом советов менеджеров по пиару, которые предлагали употреблять простые слова и короткие предложения. Эмоциональная решительность последних выступлений Б.Н. Ельцина вызывала уже ироническую реакцию слушателей. Многочисленные повторы, короткие предложения, написанные спич-райтерами под речь президента, слишком явно говорили о том, что ему пора «уходить».

Так можно сделать вывод, что политическая риторика играет большую роль в жизни любого политики и общественного деятеля. Важно знать и уметь правильно излагать свои мысли, подбирать определенный момент и четко строить план высказываний, ведь каждое сказанное «невзначай» слово может обернутся против тебя.

Список литературы:

1. Аннушкин, В.И. Политика как искусство речи и политическая риторика / В.И. Аннушкин // www.portal-slovo.ru/philology (дата обращения 20.03.2016).

2. Хазагеров, Г.Г. Политическая риторика / Г.Г. Хазагеров. М.: Никколо-Медиа, 2002.

3. Черняк В.Д. Риторика. Учебник для бакалавров / В.А. Ефремов, И.А. Мартьянова. Учебное пособие. М., 2013.

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ РОЛЬ ИКОНЫ

Воропаева А.Е.

Научный руководитель: к.к., доцент Ломанов П.В.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Эстетике и семантике иконы приурочено большое количество научных философских монографий, а перечислить все публикации на эту тему просто невозможно. В них Икона раскрывается как эстетический феномен, мировоззренческий текст, культурный артефакт. В науке, новейшего времени сложился особый эстетический подход к иконе – произведению изобразительного искусства .

Эстетическая роль иконы делится на два аспекта:

- эстетика иконы и эстетическое воздействие иконы на человека;
- восприятие семантики иконы в мировоззренческом контексте (икона как мировоззренческий текст).

Эстетическая роль иконы является одной из самых важных. Декоративные символы и красота рисунка, имеют очень важное значение в искусстве иконописания, и в иконопочитании.

Если в иконе нет эстетического притяжения, то икона не имеет возможность в абсолютной мере выполнять свою роль.

История иконописания показывает, что догматически верные и точные иконы вместе с тем отличаются и особой красотой.

Традиция иконопочетания зародилась во II в. и расцвела с IV в. С разделением Римской империи на Восточную и Западную , определялись серьезные культурные различия в восточном и западном христианстве.

Особое значение икона приобрела в богослужении восточной церкви. Несмотря на то что иконоборческая смута (730-843 г.) потрясла восточную церковь, именно восточное христианство, центром которого являлся Константинопольский патриархат, в большей степени сохранило и развило традиции иконописи. Примерно в XIV веке иконы начинают объединять в общую композицию иконостаса, помещая их на перегородке, отделяющей алтарь.

Именно из Константинополя христианство распространилась у славянских народов и пришло на Русь. На Руси с развитием православия возникло много своих важных центров иконописи, главным из которых была, несомненно, Новгородская школа. К концу XIV - XV столетию новгородская икона имела художественно тонкий дизайн, и являлась разработанным произведением средневековой живописи.

Древнерусских Иконописцев никто не заставлял следовать «подлинникам», то есть прорисям старинных образцов. Хотя все иконы создавались исключительно по церковному канону и следовали традиционной иконографии. Это не исключало творческого отношения к иконе, живописцы сами создавали узоры, изображения и рисунки. Такой творческий подход дал возможность проявится многим гениям древнерусской иконописи, таким как Феофан Грек, Андрей Рублев, Дионисий, Симон Ушаков.

Техника иконописания сложна и своеобразна; последовательность писания иконы, разработанная еще в древности, не может быть изменена и по традиции передается иконописцами из поколения в поколение. Поэтому начинающие иконописцы должны также строго и неуклонно придерживаться техники иконописания.

Выработанные с годами традиции и секреты передавались из рода в род, из поколения в поколение, и до сегодняшнего дня. Без этих знаний и без должных навыков трудно рассчитывать на успех.

На Руси для столь сложного ремесла использовали древесину, она служила для русских в повседневной жизни, сельском хозяйстве и строительстве. Иконы писали на липовых и сосновых досках. Доска покрывалась левкасом - тонким слоем гипса, на который наносились контуры рисунка. Краски иконописцев, которые растирали на яичном желтке (темпера), были более яркими и стойкими. Иконописцу предъявлялись серьезные требования и относительно его духовной жизни, так как икона была священным предметом, имеющим особое значения в богослужении. Писать иконы возможно было только при наличии архиерейского благословления, предварительно отчистившись постами. Сама икона освещалась специальным чином перед началом использования.

Священник Павел Флоренский выделял три принципа написания иконы:

1) Обратная перспектива.

Причина, которая затрудняет восприятие древних икон современным зрителем- это способ построения перспективы. Так как пространство и время иконы духовны, они не могут подчиняться законам этого мира. Внутреннее пространство иконы выстроено так, что, создается иллюзия, будто взгляд зрителя на икону направлен, изнутри, а не снаружи, как в реалистической живописи. Это и назвал Флоренский «обратной перспективой».

2) Лик и жест

Самое главное в иконе это лик святого или Бога. При создании иконописного изображения в стадиях написания принято выделять «личный» и «доличный» уровни. Вначале пишется «доличное»- это пейзаж, фон, одежда и другое. Потом проявляется сам лик. «Личное» - это не только лик и глаза, но под ликом подразумевается и руки. По-своему представляется жест в иконе, он посылает духовный импульс - благословляющий жест Спасителя, жест приятия благодати подвижников с раскрытыми на груди ладонями, жест архангела Гавриила, передающего Благую Весть, и т. д. Каждый жест несет определенную духовную информацию, каждой новой ситуации соответствует свой жест. Также имеет большое значение предмет в руках изображенного святого (атрибут) как знак его служения или прославления.

3) Свет и цвет.

Золотой (царский) цвет в иконописи занимает первое место. Он передает в иконе как цвет так и свет. Золотой цвет являет собой Божественную славу, в которой пребывают святые. Красный цвет обычно, был более предпочитаемым в новгородской школе. Иконы с красным фоном весьма выразительны. Красный цвет отображает огонь Духа, которым Господь крестит избранных Своих, из этого огня выплавляется золото святых душ. Зеленый - это символ вечной жизни, вечного цветения,

он так же является цветом святого Духа, цветом надежды. Охра, желтый фон - цвет, наиболее близкий к золотому, нередко золотой заменяют желтым цветом. Так же близок по семантике к золоту белый цвет. Он также является цветом и светом одновременно. Белый цвет применяют не так часто, чем золотой. Белым цветом пишутся одежды Христа. Черный цвет в иконописи используется очень редко. Он символизирует ад, предельное отчуждение от Бога. На самом деле контуры фигур обводятся темно-красным цветом, которые на расстоянии кажутся черным. Красный и синий цвета являются контрастным сочетанием. Как правило, они выступают вместе. Красный и синий отражают милость и истину, красоту и добро, земное и небесное, те начала, которые в падшем мире разделены и противоборствуют друг с другом, а в Боге сливаются в одно целое и взаимодействуют. Красным и синим цветами пишутся одежды Спасителя. Цвета одежд Богоматери тоже пишутся красным и синим, но расположены они в другом порядке: одеяние синего цвета, на которое наносится красный.

Эффект свечения заметно усиливается использованием кристаллических пигментов. Свечение создает представление невесомости изображения, что вызывает чувство его нематериальности и одухотворенности.

Таким образом, икона, одновременно представляя своеобразный «священный текст» христианства, вместе с тем изображала и эстетический артефакт, причем эстетика иконы не отделялась от ее информативности, это были два разных аспекта дополняющих и обуславливающих друг друга. Эстетически выверенная цветовая гамма, красивый рисунок, неся декоративную функцию, вместе с тем были формой передачи особой, духовной информации, особых смыслов. Поэтому невозможно отделить два назначения в иконе, две формы ее восприятия и использования.

Список литературы:

1. Бушаков С.Н. Икона и иконопочитание. - /С.Н. Бушаков. Париж: YMCA-Press, 1931.
2. Вздорнов Г.И. Феофан Грек: Творческое наследие. -/Г.И. Вздоров. М.: Искусство, 1983.
3. Демина Н.А. Андрей Рублев и художники его круга. /Н.А. Демина.- М.: Наука, 1972.
4. Лазарев В.Н. История Византийской живописи/В.Н. Лазарев. - М.: Искусство, 1986.
5. Трубецкой Е.Н. Три очерка о русской иконе: Умозрение в красках/Е.Н. Трубецкой. - М.: ИнфоАрт, 1991.
6. Флоренский П.А. Обратная перспектива // Труды по знаковым системам. - Сб. 3./П.А. Флоренский.- Тарту: 1967.

ЧЕРНАЯ РИТОРИКА

Гарибова Г.Ч., Зырянова О.Е.

Научный руководитель: ассистент О.В. Богдан

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Черная риторика – манипулирование всеми необходимыми приемам, с помощью которых происходит убеждение на основе качественной аргументации и внушение оппоненту иной точки зрения. Она позволяет разрешать противоречия и находить общий язык даже с самым сложным собеседником.

Таким образом, основная цель черной риторики подвести оппонента или публику к нужному результату.

Из чего складывается черная риторика и на что она способна?

Тот, кто из тактических соображений нарушает правила ведения разговора и использует черную риторику, выигрывает.

Один известный немецкий коуч-консультант по персоналу имел обыкновение на особенно трудных переговорах, касавшихся оплаты его услуг, внезапно вскакивать с места, подбегать к окну и молча стоять там до тех пор, пока заказчик, не выдержав нервного напряжения, не начинал уговаривать его вернуться за стол переговоров, как правило, при условии повышения гонорара. Разумеется, этот трюк он проделывал не всегда, а лишь в тупиковых ситуациях, когда разговор безнадежно увязал в каком-либо из наиболее важных пунктов.

Если человек нарушает правила, главное, чтобы это не вошло в привычку, и он не делал этого слишком часто. Тем не менее традиционная процедура переговоров часто оказывается стоящей на глиняных ногах фальшивой вежливости или на зыбкой почве сомнительных правил, которые консультанты по проблемам коммуникации внушают участникам своих тренингов вот уже не один десяток лет.

Всеми известный публицист и журналист Вольф Шнайдер писал: «Техника обольщения – главными пользователями которой сегодня становятся реклама и пропаганда – вначале называлась риторикой, изобрели ее греки. И громче всего она звучала на афинских и римских форумах, позже - в

британской палате общин, во французском национальном собрании и в берлинском Дворце спорта. При этом тот факт, что искусство говорить есть искусство уговаривать, не только не оспаривался, но и преподносился как нечто само собой разумеющееся во все времена - от Аристотеля до Готтшеда, Геллерта; единственное, что требовалось от оратора, – служить справедливости… Таким образом, после молитвы и приказа риторика составляет третью большую область языка, которая не информирует, а скорее, образует внушающую ужас пропасть. Практически все речевые приемы, которыми пользовались Гитлер и Геббельс, были известны еще в античных школах красноречия». Некоторые из специалистов в области тактики переговоров довольно часто нарушают общепринятые правила их ведения и в большинстве случаев – успешно. Осознанно или нет, но все они используют черную риторику.

Например, чтобы получить тактическое преимущество, необходимо не обрывать разговор, а делать его более эмоциональным, выводить партнера из равновесия. Все это происходит в коммуникативной плоскости, ни в коем случае не подменяя собой содержание. Определение цели - не примитивная стратегия, пригодная разве что для партизан в джунглях, а игра на клавиатуре вербальных и невербальных возможностей.

Черная риторика заключается в использовании в речи для своей пользы всей риторической и диалектической скверны.

Черная риторика – это постоянные просьбы предложить конструктивное решение и раздражающее отрицание любых таких предложений всеми средствами изощренной деструкции.

Черная риторика – это еще и умение управлять словами с использованием всех возможностей языка и способностей говорящего, зачастую для нарушения хода мыслей собеседника.

Черная риторика и ее использование.

Можно выделить несколько правил черной риторики:

1. Мысли должны излагаться просто и четко.

2. Говорящий должен точно выделять в своей речи главные положения.

3. Стирание границ между правдой и ложью, информацией и специальным ее скрыванием дает преимущество.

4. Успех приносят только адресные высказывания.

Нужно не просто обращаться к публике, а пытаться задеть ее за живое и принудить задаться вопросом: «А как это касается меня лично?» Эмоции слушателей – это ключ к победе говорящего.

Люди, которые нарушают правила, могут и умеют вежливо устраняться от врагов, перебирая по частям, объявляя бесполезными благоразумие и опыт своих соратников по работе.

Тактика и сценарий.

Те, кто используют черную риторику, играют по своим правилам. У черного ритора в запасе всегда большое количество речевых клише и инструментов, с помощью которых можно расширить границы ведения разговора и выйти за пределы общепринятых норм коммуникации. Самое главное – добиться цели любым способом.

Черная риторика разрушает все мыслимые и немыслимые границы, следом строит новые с другими доводами, создает поддельные проблемы и строит новые логические связи, беззаботно разрывая старые. Она предполагает искусство управлять словами, используя все возможные языковые возможности, методы и упражнения, добиваясь того, чтобы ход мыслей собеседника был нарушен. Верхом действия этого вида риторики является нагнетание безысходного, беспокойного и внезапного молчания, кульминацией которого является практически молниеносное разрешение тупиковой ситуации. Тот из оппонентов, кому удается разыграть такой сценарий, применяя весь спектр методов и словесных инструментов, получает явное преимущество в беседе и ситуации в целом.

Тактика черных риторов — это коммуникативный контраст, постоянное противоречие чувств и эмоций. Некая нелогичность в их проявлении. Если риторика и логика неразрывно взаимосвязаны, создавая некие правила и подчиняясь им, то в черной риторике все происходит иначе.

Там, где, казалось бы, должно быть сопротивление, будет проявлена кротость, а упорное сопротивление будет оказано в тех случаях, когда оппонент рассчитывает на компромисс. Менеджеры, использующие тактику черной риторики ставят своей целью сбить с толку оппонентов с помощью всевозможных речевых методов и маневров и добиться деструкции разговора, чтобы непременно достигнуть цели – результата, который нужен им.

Междоусобные войны между Coca-Cola и Pepsi, Burger King и McDonald's, а также между Ford и General Motors общеизвестны. Pepsi вознамерилась привести в состояние шока своего конкурента Coca-Cola посредством «Pepsi Challenge Test», результаты исследований которого

свидетельствовали о том, что большинство потребителей кока-колы отдают предпочтение вкусу пепси – рекламный трюк, едко прокомментированный председателем правления Pepsi Роджером Энрико, заявившим в самый разгар шумихи по этому поводу буквально следующее: «Мы наслаждаемся войной с колой. Мы знаем, что она идет на пользу бизнесу и всем маркам безалкогольных напитков!» С тех пор партизаны словесных войн успели превратиться в снайперов и теперь наслаждаются собственными остротами. При этом они поддерживают свои маркетинговые акции заградительным огнем из словесных залпов, которые задают потребителю новое направление, заставляя его дать оценку, укрепиться в собственных предубеждениях или занять определенную позицию.

5 Секретов черной риторики.

1. Разные замечания и уловки, умеющие вызвать негодование собеседника, нужны в общении для того, чтобы показать свое собственное преимущество. При этом, необходимо принимать во внимание с кем вы ведете разговор, к какому результату стремитесь и какая общая атмосфера этой дискуссии. Специальные провокации и специфические ходы мышления в любом случае пойдут вам на пользу, однако сначала вы должны научиться адекватно оценивать своих собеседников и представлять себе возможный исход событий.

2. Вы сможете выгодно распоряжаться своими словами только тогда, когда научитесь четко высказывать свое собственное мнение и заставлять собеседника слушать вас. Практикуйте свои риторические и диалектические навыки. Подкрепляйте умышленное подстрекательство неоспоримыми фактами и выигрышной для вас информацией.

3. Обманывайте, если требуется. Удачный обман лучше, чем мучительное поражение! Поражения в принципе не оказывают содействие на будущий успех. Утешения, которые звучат после очередного провала – всего лишь пустые слова, никак не относящиеся к тому, что происходит на самом деле. Правила игры можно изменять или нарушать, но в идеале постоянно устанавливать их заново. Не нужно соглашаться играть по чужим правилам, если они вас не устраивают, лучше выдвигайте собственные. Не ждите, что противник сам возьмется за руководство игры. Возьмите всю ответственность на себя. Никогда не следует недооценивать карты, которые находятся у вас на руках, но, если ваши шансы на успех у вас малы, можете смело рисковать и блефовать. Хорошая карта может идти к вам в руки, а может и не идти, поэтому однозначно нужно всегда иметь парочку козырей в запасе.

4. Не всегда следует надеяться лишь на магическую силу слова, иногда молчание приносит больше пользы. Молчание – тот элемент коммуникации, которым владеют лишь немногие, и уж совсем редко кто умеет использовать его целенаправленно и осознанно. В процессе активного общения молчание – одна из уловок, позволяющая вселить в собеседника сильнейшее чувство неуверенности, вынуждающее его буквально через одну-две секунды начать говорить все, что угодно, лишь бы только не молчать. Используйте эту возможность, попробуйте как-нибудь просто промолчать, и вы увидите, что ваш оппонент тут же наговорит лишнего или необдуманно согласится на невыгодный для него компромисс. Старайтесь не сорваться раньше времени, выдерживайте паузу до конца. Молчание может с успехом заменять отсутствие необходимых аргументов, провоцируя собеседника прервать паузу, так и не дождавшись от вас объяснений, – это тоже один из способов ведения разговора.

5. Тщательно проверяйте выданную вам информацию и не позволяйте перевести ваше внимание с главного на второстепенное. Манипуляции удаются в основном благодаря фокусированию внимания реципиента на второстепенных вещах, которые заслоняют от него действительно важные для принятия решения обстоятельства. Чем настойчивее вам навязывают определенную модель оценки предлагаемой информации, тем больше у вас причин отказаться от нее. Если вам предлагают определенные критерии выбора или готовые факты, тщательно взвесьте, так ли уж они показательны.

Навязанные модели восприятия – прекрасный фундамент для манипуляции.

Список литературы:

1. Бредемайер, К. Черная риторика: Власть и магия слова / К. Бредемайер //Пер. с нем. – 13-е изд. – М. Альпина Паблишер, 2015.

2. Серый форум «Черная риторика» // forum.script-coding.com/BlackRhetoric.html (дата обращения 17.03.2016).

3. Студия Ораторского Мастерства // oratorik.com (дата обращения 17.03.2016).

ГИТЛЕР КАК ОРАТОР

Головастикова М., Озерова П.
Научный руководитель: ассистент О.В. Богдан
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Начиная рассуждать о выбранной теме, необходимо дать определение слова «оратор» и выяснить, какие черты характерны для идеального оратора. По нашему мнению, оратором является тот человек, который с лёгкостью владеет «живым» словом и может воздействовать не только на собеседника, но и на целую аудиторию. Мы часто сталкивались на уроках истории с такой известной личностью, как Гитлер, и сделали вывод, что это великий оратор 20 века.

Ведь действительно, Гитлер был «неисчерпаем в речах» и с лёгкостью мог говорить часами на различные темы, пленяя аудиторию ложной аргументацией и держа её в эмоциональном возбуждении. Собственно, ораторское мастерство и помогло ему взлететь на вершину политической славы. Ораторское искусство может быть использовано как во благо, так и во вред, как в случае с Фюрером. Наша история знает неисчерпаемое количество примеров, когда сила ораторского слова использовалась в корыстных целях. Триумф таких «хороших» ораторов всегда был не долгим, а время расставило всё по своим местам. Следовательно, «хорошими ораторами» таких людей, как Гитлер, можно назвать с большими оговорками: о том, что искусство красноречия может быть обращено во зло с целью достижения личного успеха, писали ещё античные риторы. Н.Ф. Кошанский определил такое ораторское искусство, как «злоупотребление красноречием», а в традициях русской школы такое красноречие называется «мнимым». Вот поэтому всегда нужно помнить формулу Квинтилиана:

«Чтобы быть хорошим оратором, надо быть хорошим человеком».

Адольф Гитлер родился на границе Германии и Австрии 20 апреля 1889 года. В школе был далеко не самым лучшим учеником, именно потому высшее образование так и не получил. Его попытка поступить в академию искусств в Вене не увенчалась успехом, ни смотря на его талант. Он добровольно отправился на фронт, как только началась первая мировая война. Именно в годы войны он стал националистом и милитаристом, получил звание ефрейтора и несколько наград. Когда была кризисная ситуацию в стране, ему удалось преобразить немецкую рабочую партию, в которую он вступил в 1919 году, в национал-социалистическую, которую в 1921 году возглавлял сам.

За 9 месяцев пребывания в тюрьме, в которую был заключён после организации Баварского путча на 5 лет, написал книгу «Майн Камф» в переводе «Моя борьба», в которой рассказал о своем отношении к ситуации, о своём мнении, объявил войну коммунистам и евреям, и заявил, что именно Германия должна стать господствующим государством.

Подъём Гитлера пришёл с кризисом 1929 года. После его назначения в 1933 году рейхсканцлером, он наложил запрет на все партии кроме нацистов. В это же время был принят закон, который гласил, что Гитлер становится на 4 года диктатором с неограниченной властью. Взял титул предводителя «третьего рейха» в 1934 году, тем самым прибрал к рукам ещё больше власти.

В 1938 году началось победное шествие по миру. Захвачена Австрия и западная часть Чехословакии, которые были присоединены к Германии. Великая Отечественная война началась в 1941 году, в которой Гитлер направил свои войска на СССР. Однако за четыре года военных действий Гитлеру так и не удалось захватить страну, в результате советская армия захватила Берлин. Гитлер вместе с Евой Браун покончили жизнь самоубийством.

Почему же Гитлер пользовался таким авторитетом и добился такого успеха? Некоторые источники показывают, что Гитлер многому научился у своих предшественников, которые помогли ему руководить сознаниями людей. Но не стоит забывать, что Гитлер обучался актерскому мастерству. Во время выступлений он входил в особое состояние, применяя различные жесты и позы. Используя при выступлениях определенные психологические и актерские средства, он воздействовал на аудиторию путем зомбирования. В обычной жизни Фюрер не показывал эмоций, почти никогда не смеялся, всегда прикрывал рот рукой. Гитлер любил выступать в темное время суток, и, как правило, вначале его помощник произносил короткую речь в качестве разогрева публики.

Гитлер как оратор был очень убедителен, он мог прекрасно почувствовать, что хочет услышать аудитория, а затем сделать все, чтобы возбудить народ, сделать его управляемым.

Гитлер хорошо воздействовал на публику всем арсеналом оратора: словами, паузами, жестами, эмоциями… В его речах присутствовали сильные и эмоциональные жесты. Это и рука вытянутая вперед, и жесты к груди, к лицу, и жесты к народу, и жест рукой в сторону, усиливающий эффект слов (рука при этом максимально вытянута в сторону).

Особое внимание стоит обратить на паузы: в начале речи в виде оттягивания первого слова – для достижения максимального напряжения у аудитории, хорошие паузы в середине речи – дать перевести дух аудитории, выразить эмоции аплодисментами (сам оратор в это время смотрит свои записи).

Темп речи Гитлера во время выступления то ускорялся, то замедлялся, расставляя необходимые акценты. Начинал речь он медленно, вкрадчиво, как бы «прощупывая аудиторию.

Эмоции. Мало кто умеет проявлять эмоции на публике. А Гитлер не просто их показывал, он ими жил, буквально состоял из эмоций. Искренность эмоций Адольфа Гитлера подтверждает его веру в собственные слова, во всяком случае, во время своего выступления.

Кроме различных эффектов Гитлер в своих выступлениях использовал свои «находки» в частности пропагандистский прием, названный им «Большая ложь». Как он сам писал ложь, о нереальности которой никто не посмеет даже задуматься. Он считал, что чем чудовищнее ложь, тем скорее люди тебе поверят. И этот прием был так действенен, что люди безоговорочно верили не только в него, но и в идеологию расового превосходства немцев, существование сверх людей – Арийцев. Адольф Гитлер был проводником этой теории, и она стала оружием в его руках.

Адольф Гитлер являлся сильным оратором, у которого многому можно научиться с точки зрения ораторского мастерства. Несложно понять и представить, что если бы Гитлер не был таким оратором, вряд ли он стал бы лидером партии или вождем нации. Понятно, что не только благодаря ораторским способностям он добился своего успеха. Были у Гитлера и другие качества. Но без ораторского искусства Гитлер остался бы в числе многих не известных нам людей.

Подводя итоги, стоит отметить, что многие речи Адольфа Гитлера до сих пор разбирают как самые действенные и самые пропагандирующие. Многие политики, ораторы и просто люди развитые в системе общения равняются на его способность внушать и вести за собой. Но не стоит забывать, что для большинства это имя останется болью в сердцах и скорбью в глазах.

В нашей памяти Адольф Гитлер навсегда останется одним из самых почитаемых и ненавистных людей 20 века. В истории он запечатлелся в отрицательной роли, но известным фактом считается то, что он отмечен исключительным ораторским дарованием. Его выступления показывают нам, каким порою влиятельным и могучим может быть «слово», и к чему оно может привести.

Список литературы:

1. Гитлер: Восхождения дьявола / Видеофильм (2013) // my.mail.ru/mail/zotova-40/video/23615/23631.html?time=0&from=videoplayer (дата обращения 19.03.2016).

2. Кульбакин, В.Д. Адольф Гитлер / В.Д. Кульбакин // Большая советская энциклопедия. М.: Советская энциклопедия, 1969–1978.

3. Розанов, Г.Л. Крушение фашистской Германии / Г.Л. Розанов // Доп. изд. книги «Последние дни Гитлера», М., 1963.

4. Ростов, В. Неизвестный Адольф Гитлер / В. Ростов // Аналитическая газета «Секретные исследования», №8, 2008.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ОРАТОРЫ

Дансарунова Д.С.

Научный руководитель: ассистент О.В. Богдан

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Любая аудитория за 11 секунд определяет будет ли она слушать оратора или нет. Под ораторским искусством прежде всего понимается высокая степень мастерства публичного выступления, качественная характеристика ораторской речи, искусное владение словесным творчеством. Есть определенная формула успешного построения речи и первым пунктом является цель, как правила одна доказать свою точку зрения. Второй пункт- это знание аудитории. Третий- формат речи. Четвертый- правильно выбрать момент подачи.

Всех ораторов разделяют на три вида: 1- рациональные;

2-эмоциональные;

3- рационально-эмоциональные.

Линия аргументации оратора

У всех видов ораторов линия аргументации начинается с анонса и аргументации, затем каждый тип ораторов строит свое убеждение по-разному: обращаясь к эмоциям, разуму или тому и другому. Речь рациональных ораторов состоит из анонса, аргументации, поддержки, примера и тезиса. Данный тип ораторов воздействует на человека только с разумной стороны.

Например: Заниматься в кружках лучше чем сидеть дома- аргумент. Так ребенок развивается намного лучше - поддержка. Представьте, что ваш ребенок приходит после учебы домой и садится перед телевизором так он не развивается, а если он будет заниматься в кружках, то он будет получать дополнительные знания- пример.

Убеждение в речи рационально-эмоциональных ораторов состоит из анонса, аргументации, поддержки, картинки и тезиса. Таким образом, оратор обращается не только к разумной, но и эмоциональной стороне аудитории.

Например: Заниматься в кружках лучше чем сидеть дома- аргумент. Так ребенок развивается намного лучше- поддержка. Вспомните как вы увлеченно занимались определенным и любимым делом, узнавая что-то новое- картинка.

Убеждение эмоциональных ораторов состоит из наименьшего количества частей: анонса, аргументации, картинки и тезиса, что оказывает наибольшее воздействие на эмоции аудитории.

Например: Заниматься в кружках лучше чем сидеть дома- аргумент. Вспомните как вы увлеченно занимались определенным делом и узнавали что-то новое- картинка.

Для лучшего усвоения аргументации ораторы используют разграничения, так называемые демаркации. Демаркации — проведение какой-либо разделяющей черты, определение границы. С помощью таких границ в речи человек лучше усваивает информацию.

В конце каждый тип ораторов повторяет свой аргумент, но уже чуть изменённом виде делая вывод.

Например: Вот почему заниматься в кружках лучше чем сидеть дома.

В качестве иллюстраций каждого типа ораторов рассмотрим три самых ярких личности России.

Начнем с эмоционального типа, к этому типу ораторов можно отнести Владимира Вольфовича Жириновского предводителя фракции ЛДПР. Пример речи: «Зима. Холодно. Где-то старушка поскользнулась, упала. Где-то щенок замерз, не может войти в подъезд, допустим. Где-то парень девушку ждет... вот что меня ещё раздражает, эти девушки специально опаздывают. Это чудовищно. Они говорят — проверить, что он пришел и что он ждет. Слушай, еще пару раз так опоздаешь, он вообще к тебе не придет никогда». Эту фразу он сказал в шоу «Вечерний Ургант».

В качестве примера можно рассмотреть рационального типа оратора Медведева Дмитрия Анатольевича председателя Правительства Российской Федерации. Пример речи: «Я в любом случае уверен, что никакая революция нашей стране не нужна. Потому что свой лимит на революции Россия выбрала в 20 веке. Поэтому я очень не хотел бы чтобы события в нашей стране развивались по какому-либо революционному или экстремальному сценарию, но скажу откровенно я не вижу для этого достаточных оснований». Эту фразу он сказал в ответ студенту.

К рациональным-эмоциональным отнесли Владимира Владимировича Путина- президент Российской Федерации. Пример речи: «У нас талантливый народ нам надо решать проблемы с бедностью и образованием и не люди виноваты в том, что часть населения деградирует в связи с бедностью в которую мы загнали за предыдущие 15 лет. Это наша с вами вина даже если мы, я лично 15 лет назад не был в таких высоких и важных кабинетов не работал, мы сегодня здесь и это наша вина и наша ответственность. Бороться с бедностью и решать проблемы здравоохранения и образования». Эту фразу он сказал на заседании о проблемах страны.

Рациональные ораторы обычно побеждают в научной сфере, эмоциональные в актерской сфере, а рационально-эмоциональные выигрывают в разных сферах деятельности.

Список литературы:

1. Убеждай и побеждай. Секреты эффективной аргументации / Н. Непряхин // 2-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2012.
2. Гофман В. Слово оратора. Риторика и политика. — М.: Либроком, 2014.
3. Коротец, И.Д. Политическая установка в современной риторике/ И.Д. Коротец, Р.А. Абдуллаев, Д.В. Красноносов, Д.В. Мун // Молодой ученый. 2015. №24. – С. 636-638.

ПРЕПОДАВАТЕЛИ ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ

Жолкина К.А.

Научный руководитель: канд. филос. наук, доцент Кожина О.П.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Актуальность темы исследования определена тем, что в соответствии с требованиями по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» дисциплина «Социология организации» является

обязательной, нацелена на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускников:

-способность применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования (ОПК -5);

- способность участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории (ПК 2). Очевидно, что навыки проведения социологического исследования выступают критерием высокого уровня освоения дисциплины.

В этой связи в рамках дисциплины «Социология организации» проведено с 01 по 15 декабря 2015 года и с 01 по 15 марта 2016 года пилотное социологическое исследование по теме: «Преподаватели глазами студентов». Социологическое исследование направленно на изучение мнения студентов о преподавателях кафедры социологии и социально-культурной деятельности Юридического института «Красноярского государственного аграрного университета», что в свою очередь является одним из критериев аккредитации.

В данном пилотном исследовании генеральную совокупность (объект) исследования составили 59 студентов кафедры социологии и социально-культурной деятельности. Вероятностную выборку составили 33 студента (56 %) очной формы обучения. Объем выборки – студенты 2,3,4 курса.

Предметом пилотного исследования выступает отношение студентов к преподавателям кафедры социологии и социально-культурной деятельности. При подготовке исследования было выдвинуто предположение (гипотеза) о том, что отношение студентов к преподавателям в целом положительное, формы общения формальные, осуществляются в рамках учебного процесса.

Для проведения пилотного исследования использована типовая анкета: «Преподаватели глазами студентов» [1]. Содержание анкеты «Преподаватели глазами студентов» включает три группы вопросов, выявляющие общие представления студентов о преподавателе; формы общения студентов с преподавателями кафедры социологии и социально-культурной деятельности; мнение студентов о преподавателях кафедры социологии и социально-культурной деятельности. В анкете использовались типовые вопросы, используемые по данной теме исследования в вузах РФ.

В результате исследования по первому вопросу выявлено: по мнению студентов 2 и 3 курса(100,0), преподаватели должны интересно подать материал дисциплины, для студентов 4 курса подача материала дисциплины вторична (87,0). Выявлено, что по мнению студентов 4 курса (73,0), 3 курса (67,0), 2 курса (25,0) преподаватель, безусловно, должен глубоко знать содержание дисциплины.

Вместе с тем преподаватель должен быть общительным и демократичным: по мнению студентов 4 курса (73,0), 2 курса (67,0), 3 курса (33,0). Преподаватель должен быть практиком, что отражает мнение студентов 4 и 3 курса (33,0), 2 курса (8,0). Преподаватель должен быть объективным в оценке знаний, по мнению 4 и 3 (33,0), и 2 курсов (50,0), заниматься наукой, по мнению 4 курса (20,0), по мнению 2 курса (17,0) и 3 курс проигнорировал данное качество у преподавателей.

В результате исследования также выявлено, что преподаватели должны иметь чувство юмора: по мнению студентов 4 курса (94,0) на первом месте, по мнению 3 курса чувство юмора занимает второе место (84,0), по мнению 2 курса чувство юмора занимает третье место (58,0), а требовательность, принципиальность важна только для (16,0 %) студентов 3 курса и (8,0%) студентов 2 курса, а 4 курс данное качество преподавателей проигнорировал.

Таким образом, по первому вопросу мы видим, что у студентов 2, 3, 4 курсов на первый план выходят личные качества преподавателя: чувство юмора и способность интересно подать материал, а требовательность, принципиальность преподавателей, интерес к науке у студентов стоит на последнем месте.

По второму вопросу, о формах общения студентов и преподавателей кафедры были получены следующие результаты: по мнению студентов 4 курса(80,0), 3 курса (84,0) 2 курса(83,0) общение с преподавателями осуществляется только в рамках учебного процесса (на учебные темы). Общение посредством социальных сетей: по мнению студентов 4 курса составляет (27,0), студентов 3 курса (16,0), а студенты 2 курса (17,0) - затрудняются ответить. По этому вопросу можно сделать вывод, что между преподавателями и студентами существуют только классические, социальные, формально-ролевые, субъект-объектные отношения в рамках учебного процесса.

По третьему вопросу были получены следующие результаты.

1. Большинство преподавателей кафедры способны увлечь своим предметом, интересно подать материал: студенты 4 курса (93,0), 3курса и 2 курса (67,0) ответили положительно. Также студенты 4курса (7,0), 3 курса (33,0) , 2 курса (34,0) ответили отрицательно.

2. Большинство преподавателей кафедры относится к студентам доброжелательно, результаты исследования показали, что все студенты 4 курса, 3 курса (84,0), 2 курса (92,0) ответили положительно. Отрицательно ответили студенты 3 курса (16,0) ,2 курса (8,0).

3. Отношения с преподавателями кафедры строятся на взаимоуважении: по мнению студентов 4 курса (87,0), 2 курса (92,0), 3 курса - все студенты ответили положительно. Отрицательную оценку дали по этому вопросу студенты 4 курса (13,0), студенты 2 курса - (8,0).

4. Преподаватели кафедры требовательны и принципиальны в оценке знаний: по мнению студентов 4 курса (87,0), 3курса (50,0), 2 курса (75,0) , остальные студенты дали отрицательный ответ (13,0), (50,0), (25,0).

5. У преподавателей кафедры можно найти поддержку, понимание: по мнению студентов 4 курса (93,0), студентов 3 курса и студентов 2 курса (67,0) ,остальные дали отрицательный ответ по данному вопросу.

6. Преподаватели кафедры объективны в оценке знаний: по мнению студентов 4 курса (67,0), студентов 3 курса и студентов 2 курса (42,0), остальные дали отрицательную оценку.

7. Преподаватели кафедры проявляют инициативу в организации интерактивной коммуникации (ведут диалог с аудиторией): студенты 4 курса, студенты 3 курса все ответили положительно, студенты 2 курса (67,0) ответили да, остальные нет.

8. Преподаватели кафедры проявляют интерес к Вашему свободному времени, участвуют в организации его: студенты 4 курса (67,0) ответили да, студенты 3 курса ответили все «нет», студенты 2 курса (8,0) ответили положительно, остальные (92,0) отрицательно.

Итак, в ходе исследования доказано, что отношение студентов к преподавателям в целом положительное, формы общения формальные, осуществляются в рамках учебного процесса.

Предложены следующие рекомендации студентов кафедре:

1) больше внимание уделять проведению совместных мероприятий;

2) обратить внимание кафедры на координацию своих действий и предъявление единых требований к студенту;

3) развивать педагогическое мастерство педагогов, методики преподавания;

4) развивать сотрудничество преподавателей и студентов в рамках кафедры.

Список литературы:

1. Анкета, преподаватели глазами студентов // www.tyumsmu.ru

ОСОБЕННОСТИ ЗРИТЕЛЬНОГО ОПОЗНАНИЯ ФРАГМЕНТИРОВАННЫХ ФИГУР ПРИ ШИЗОФРЕНИИ

Золотарева Ю.А.[1]

Научные руководители: Конкина С.А.[1] , Шошина И.И.[1], Шелепин Ю.Е.[2]

[1]Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

[2]Институт физиологии им. П.Павлова РАН, Санкт - Петербург, Россия

Актуальность

Проблема восприятия и распознавания образов – это одна из важнейших проблем современной науки, в рамках которой представляет интерес вопрос о механизмах построения целостного образа. Целостность зрительного восприятия - это психический процесс целостного отражения предметов и явлений действительности при их непосредственном воздействии на зрительную систему. Целостность восприятия имеет важнейшее значение для обеспечения адаптивного поведения человека в постоянно меняющихся условиях среды.

В рамках проблемы восприятия и распознавания образов выделяют два подхода: определение глобальных статистических свойств изображений и выделение локальных информативных признаков высшего порядка. Эти подходы описывают два различных механизма, которые могут быть задействованы для распознавания объектов: механизм глобального описания и локального описания изображения. Локальное описание осуществляется на основе локальных признаков изображения, глобальное – на основе статистических характеристик целостного изображения [1]. Проблема состоит в изучении функциональных характеристик этих механизмов, особенностей их взаимодействия, роли взаимодействия для обеспечения целостности восприятия.

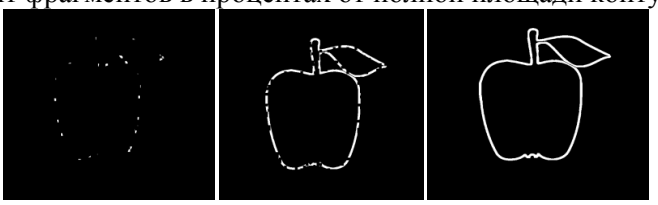
Одним из наиболее эффективных подходов к изучению механизмов зрительного восприятия, как и любых других механизмов, является их исследование в крайних условиях функционирования. Известно, что нарушение целостности восприятия характерно для лиц, страдающих шизофренией. Поступающая информация перестает для больного быть цельной и очень часто предстает в форме раздробленных, разделенных элементов.

Исходной фазой развития любого сенсорного процесса является обнаружение. Следующая операция восприятия – различение и конечный результат - формирование перцептивного образа-эталона. Когда перцептивный образ сформирован, возможно, осуществление опознавательного действия (идентификация и опознание). Опознание есть отождествление непосредственно воспринимаемого объекта с образом или отождествление двух одновременно воспринимаемых объектов. Нарушение целостности зрительного восприятия может быть на разных уровнях: на уровне обнаружения, на уровне различения и на более высоком уровне обработки и анализа информации – опознании [2-4].

Цель исследования - изучение механизмов глобального и локального анализа, особенностей их взаимодействия и роли взаимодействия для обеспечения целостности восприятия в задаче опознания с использованием фрагментированных изображений различных объектов на модели психопатологии.

Объекты исследования: В исследовании приняли участие: здоровые испытуемые - 24 чел. (возраст 23-42 года) и больные шизофренией – 54 чел. (возраст 19-64 года).

Метод исследования: Использовали компьютерную версию Голлин-теста (1960), предложенную Н. Фореманом (1991) и созданную С.В. Прониным в лаборатории физиологии зрения Института физиологии им. И.П. Павлова РАН. Голлин-тест основан на измерении порогов узнавания фигур в условиях последовательного формирования их контура из отдельных фрагментов (рис. 1). Предъявляли 75 контурных изображений общеизвестных объектов. Линии, составляющие контурное изображение объекта, формировали на экране дисплея AII Mobility Radeon HD 5470 (диагональ – 41 см, разрешение – 1366*768, частота квантования – 60 Гц) в режиме прогрессивного накопления путем случайного добавления блоков пикселей со скоростью предъявления – 10 фрагмент/с. Дистанция наблюдения – 1,5 м, средний размер проекции изображения на сетчатку – 3,4 угл/град. Задача испытуемого – правильно идентифицировать объект. В момент опознания фигуры накопление фрагментов останавливали и фиксировали пороговую (минимальную) суммарную площадь выведенных в этот момент фрагментов в процентах от полной площади контура [3].



А Б В

Рис. 1. Демонстрация последовательного накопления элементов контурного изображения. А – *количество выведенных на экран монитора элементов контура – 7%;* Б – *76%;* В – *количество элементов – 100%.*

Статистический анализ выполняли с помощью дисперсионного анализа (ANOVA), критерия Манна-Уитни, пакета статистических программ SPSS-13.

Результаты исследования: При сравнении эффективности опознания фрагментированных фигур у здоровых испытуемых и в целом больных шизофренией было установлено, что лицам, страдающим шизофренией, потребовалось большее количество фрагментов контура для опознания объекта, чем здоровым испытуемым. Количество выведенных на экран монитора элементов контура составило: у здоровых испытуемых - 21,64±11,26, у больных шизофренией – 32,11±17,43 (рис. 2; $p<0,001$).

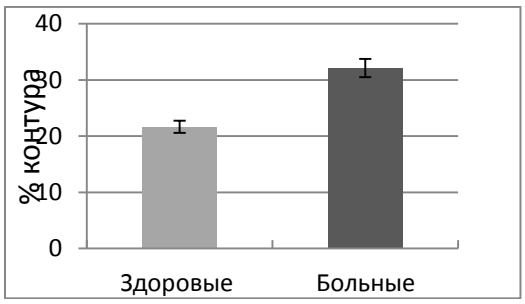


Рис. 2. Эффективность опознания фрагментированных фигур у психически здоровых и больных шизофренией

При сравнении эффективности опознания фрагментированных фигур у мужчин и женщин внутри группы больных шизофренией достоверных различий не установлено, точно также как и в группе здоровых. Количество выведенных на экран монитора элементов контура в группе лиц, страдающих шизофренией, составило: у мужчин - 32,31±17,46, у женщин – 31,66±17,15 9 (p >0,05); в группе психически здоровых - у мужчин - 21,82±11,15, у женщин – 21,15±11,38 (p >0,05).

При сравнении эффективности опознания фрагментированных фигур у лиц с первым эпизодом шизофрении (длительность болезни до 3 лет) и хронически больных пациентов (от 3 лет и более) внутри группы страдающих шизофренией, было установлено, что лицам с первым эпизодом шизофрении потребовалось достоверно меньшее количество фрагментов контура для опознания объекта, чем хронически больным (p<0,001). Количество выведенных на экран монитора элементов контура составило: у лиц с первым эпизодом - 28,28±14,62, у хронически больных пациентов – 32,9±17,24 (рис. 3).

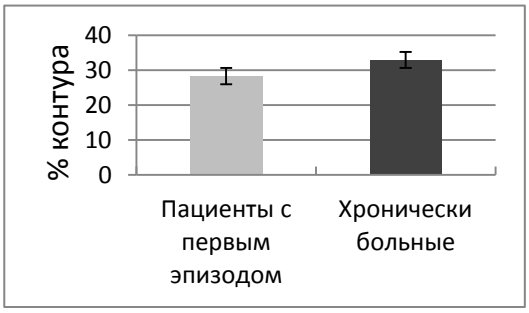


Рис 3. *Эффективность опознания фрагментированных фигур у пациентов с первым эпизодом шизофрении и хронически больных*

При сравнении эффективности опознания фрагментированных фигур у пациентов с приступообразным типом течения заболевания и с непрерывным типом течения заболевания внутри группы страдающих шизофренией, было установлено следующее. Лицам с приступообразным типом течения заболевания потребовалось достоверно меньшее количество фрагментов контура для опознания объекта, чем пациентам с непрерывным типом течения заболевания. Количество выведенных на экран монитора элементов контура составило: у лиц, с приступообразным типом течения заболевания - 30,83±16,00, у пациентов с непрерывным типом течения заболевания – 33,77±17,77 (рис 4; p<0,01).

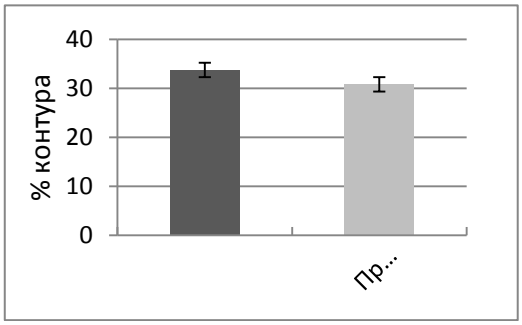


Рис 4. *Эффективность опознания фрагментированных фигур у пациентов с непрерывно-прогредиентным и приступообразно-прогредиентным типом течения заболевания*

Результаты исследования свидетельствуют о том, что при шизофрении нарушена работа механизмов опознания фрагментированных фигур, то есть механизмов, обеспечивающих построение целостного образа. Исходя из теории пространственно-частотной фильтрации в зрительной системе, это механизмы глобального и локального анализа. Таким образом, в ходе настоящего исследования

мы продемонстрировали нарушение работы механизмов глобального и локального анализа на высших уровнях обработки информации, показали, что степень выраженности этих нарушений зависит от клинической картины и типа течения заболевания.

Литература:

1. Красильников Н.Н., Шелепин Ю.Е. Функциональная модель зрения // Оптический журнал. – 1997. – Т. 64, № 2. – С. 72–82.
2. Шошина И.И., Шелепин Ю.Е., Конкина С.А. Пронин С.В., Бендера А.П. Исследование парвоцеллюлярных и магноцеллюлярных зрительных каналов в норме и при психопатологии. Российский физиологический журнал им. И.М. Сеченова, 2012. Т. 98. № 5.- с. 657–664.
3. Шошина И.И. Глобальный и локальный анализ в норме и при шизофрении. Авто реф. Док. Дис., Санкт-Петербург, 2015. – 28 с.
4. Шошина И.И., Шелепин Ю.Е., Семенова Н.Б. Контрастно-частотная чувствительность у больных шизофренией при терапии атипичными и типичными нейролептиками // Физиология человека. – 2014. – Т. 40. – № 1. – С. 1–6.

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ КОНЦЕПТ

Крахотин Р.Р.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент О.П. Кожина

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Актуальность темы исследования определена тем, что концепт массовая культура является одновременно результатом и формой проявления массмедиа, предметом потребления в рыночной экономике.

Социальный концепт – термин, характеризующий культуру, правилам которой следуют в обществе. Социальный концепт массовая культура отражает общество на рубеже XIX-XX вв., согласно которому люди действуют. С момента своего появления концепт массовая культура выступает предметом дискурса культурологии, философии, социологии. Детерминантом массовой культуры выступают два фактора.

Во-первых, переход от традиционного общества к индустриальному, который характеризуется становлением машинного (конвейер) производства, стандартизацией технологий, навыков работников, рабочего дня. Монотонная работа на конвейере усиливали потребность в интенсивном отдыхе после трудового дня, что обозначило две сферы жизни работающего человека: работа и досуг.

Во-вторых, возникновение массового общества, в котором социальные связи между людьми отчасти заменили появившиеся средства массовой коммуникации. Массовое общество породило типичного человека - потребителя массовой культуры. Возник заказчик на товары и услуги, которые помогали провести досуг. Рынок на этот заказ ответил предложением «типовых» продуктов и услуг, предназначенных для проведения досуга.

Свойства массовой культуры:

- является товаром, который предназначен для массовой продажи, разного пола, возраста, вероисповедания, образования;
- артефакты массовой культуры создаются в основном в рамках профессионального творчества;
- по форме является общедоступной, предназначенной для массового потребителя;
- выпускается в очень больших количествах;
- не требует от читателя, слушателя, зрителя интеллектуальных или эмоциональных усилий для своего восприятия;
- обращается к эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей (любовь, секс, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы).

Итак, концепт «массовая культура» характеризует часть культуры определяющей сущность современного общества. Массовая культура имеет как негативные, так и позитивные аспекты, предоставляет человеку изобилие символических форм, образов и информации, делает восприятие мира многообразным, оставляя за потребителем право выбора.

Список литературы:

1. Баранова Е.В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие/ Баранова Е.В. – Электрон. текстовые данные. – Минск: Высшая школа, 2012. – 174 с. // www.iprbookshop.ru/20279.
2. Добреньков В.И. Современная социология. Теоретико-методологические основания и перспективы / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко – Электрон. текстовые данные. – М.: Академический Проект, 2014. 712 с. // www.iprbookshop.ru/36564.
3. Жириновский В.В. Социология мировых цивилизаций: учебное пособие для вузов / Жириновский В.В., Добреньков В.И., Васецкий Н.А. – Электрон. текстовые данные. – М.: Академический Проект, 2014. – 608 с.

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ НАРКОЗАВИСИМЫХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Носова С. Г.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Шарыпова В.А.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Наркозависимые - это люди, жизнью которых управляют наркотики. Они находятся в тисках хронической и прогрессирующей болезни, в ходе которой из-за употребления запрещенных веществ изменяется сознание, влияющее на эмоциональное и физическое состояние, что впоследствии приводит к возникновению проблем во всех сферах жизнедеятельности.

В данной работе раскрывается общая характеристика наркозависимых, так же расссматриваются основные проблемы социальной адаптации наркозависимых в современных условиях, особенности социальной работы, нормативно-правовая база в области социальной работы с наркозависимыми людьми, профилактика и реабилитация наркозависимых.

Одной из наиболее серьезных и острых проблем, с которой вошли в XXI век многие страны современного общества, включая Россию, является наркомания. В России число людей, страдающих от наркотической зависимости растет с неумолимой скоростью. Каждый год около 70 тысяч умирают из-за передозировки наркотиков, большинство - люди, не достигшие 25-летнего возраста. Исходя из этого, в социальной работе появилась необходимость в эффективных мерах, направленных на профилактику и решение данной острой проблемы.

Явление наркомании переросло в глобальную проблему. Наркобизнес связан с межнациональной организованной преступностью и террористическими организациями.

В Российском обществе ситуация с наркотиками имеет много неразрешенных проблем. Низкоэффективная работа борьбы с проникновением в страну интернациональных наркосиндикатов, слияние российской наркопреступности с ее мировой системой. Это является одной из причин того, что наша страна стала объектом активной наркоэкспансии.

Таким образом, рассмотрение вопроса о проблемах борьбы с наркоманией в современных условиях является целесообразным.

Интерес к проблемам адаптации наркозависимых в современных условиях и к особенностям их реабилитации постоянно растет, что доказывается числом увеличения исследований, книг и статей, посвященных этой актуальной проблеме во всем мире.

Дефицит точных данных об адаптации наркозависимых, опыта реализации эффективных программ к пониманию проблем, связанных с наркозависимыми.

Социальная защита и реабилитация наркозависимых в России.

Еще в 1974 году в СССР официально признали наркоманию. Был выпущен Указ Президиума Верховного Совета «Об усилении борьбы с наркоманией».

Существовало три этапа данной эволюции:

1. Репрессивная наркология (принудительное лечение).
2. Реабилитационная наркология (работа с психологами, медикаментозное лечение, последующая реабилитация- обучение жизни без наркотиков и т.д.).
3. Мотивационная наркология (работа с мотивацией на изменение поведения и продвижение в сторону выздоровления, а также профилактика рецидивов и срывов).

Факторы распространения и истоки наркомании**.**

Наркомания (от греч. νάρκη/narkē/— оцепенение, сон, μᾰνία/mania/— безумие, страсть, влечение)- заболевание, при котором происходит постепенное прогрессирующее изменение личности в сторон деградации, вызванное употреблением наркотических веществ.

Наркотическое вещество- это химический агент, запрещенное психоактивное вещество вызывающее ступор, приводящий к чувству эйфории, невесомости, помутнению рассудка, вызывающее потерю чувствительности - паралич и т.д.

Наркотикам несколько тысяч лет. Люди многих культур употребляли их в разных целях (религиозные обряды, восстановление сил, снятие боли т.д.)

Одной из первых, употребляющих наркотические вещества, была цивилизация шумеров (за 5 тысяч лет до н.э.). В раскопках тех времен были обнаружены первые письменные упоминания об употребления опиума.

В лечебнике китайского императора Шэнь-нуна (третье тысячелетие до н.э.) было описано применение гашиша от кашля, диареи и как лекарства от рассеянности. Так же наркотические вещества были известны древним грекам и римлянам.

На сегодняшний день наркотики или психоактивные вещества делятся на три категории:

1. Легальные (этиловый спирт, никотин, кофеин).
2. Нелегальные природные (гашиш, кокаин, опиум и др.).
3. Нелегальные синтетические (амфетамины, ЛСД, экстази и т.д).

На данный момент применение наркотиков не связано с религией, национальностью и т.д. Это крупнейший оборот денег, связанный со сбытом. Наркотические вещества все больше синтезируются, появляются новые химические формулы, с помощью которых создают новые виды наркотиков, привыкание к таким веществам становится очень сильным, и это осложняет реабилитацию.

В РФ были разработаны концепции профилактики употребления наркотических веществ. Лечение наркозависимых проводится в различных медицинских организациях.

Согласно тексту «Декларации о руководящих принципах сокращения спроса на наркотики»: «Программы сокращения спроса должны охватывать все сферы профилактической деятельности, от предотвращения начального потребления наркотиков до уменьшения негативных последствий для здоровья и социальных последствий злоупотребления наркотиками.

Они должны предусматривать меры по информированию, воспитанию, просвещению населения, раннему вмешательству, консультированию, лечению, реабилитации, предупреждению рецидивов, последующему наблюдению и социальную реинтеграцию. Нуждающимся должны быть предоставлены возможности своевременного получения помощи и доступа к соответствующим службам».

Уменьшить спрос на наркотические вещества можно с помощью:

- Осведомление и консультирование, связанное с психоактивными веществами.
- Реабилитация наркозависимых, т.к они являются основными потребителями наркотиков.

Виды профилактик

Первичная медицинская профилактика:

Оповещение населения о пагубном влиянии на здоровье употребления наркотиков; беседы социальных работников с подростками, детьми из неблагополучных семей и т.д; семейное консультирование и др.

Вторичная медицинская профилактика:

Уведомление о существовании системы наркологической и медико-социальной помощи; оказание наркологической помощи; проведение мероприятий, связанных с медико-социальной реабилитацией и др.

С помощью реабилитации, наркозависимые в будущем смогут избегать проблем, связанных непосредственно с наркотиками, посредством индивидуальной или групповой терапии.

Список литературы:

1. Декларация ООН о руководящих принципах сокращения спроса на наркотики
2. Торопыгина А.В. Социальные аспекты применения наркотических средств/А.В. Торопыгина //Научный журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» / 13.02.2013. Номер: Выпуск №1-2013 г.
3. Бойко, М. Е. Наркогордыня : о деятельности реабилитационных центров / М. Е. Бойко // Независимая газета. – 2011. – № 262 (1 дек.).

СУДЕБНОЕ КРАСНОРЕЧИЕ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Патрина В., Тихонова В.

Научный руководитель: ассистент О.В. Богдан

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Что такое ораторское искусство? Слово «искусство» обозначает «отрасль творческой художественной деятельности: высокая степень умения, мастерства в любой сфере деятельности» – пишет Надежда Ивакина.

Ораторское искусство – это творческая деятельность по подготовке и произнесению публичной речи, которая основана на большом упорном труде.

В теории публичной речи ораторское искусство понимается как комплекс знаний и умений оратора по подготовке и произнесению публичной речи: это умение формулировать тезис и подбирать материал, искусство построения речи и публичного говорения с целью оказать определенное воздействие на слушателей; это умение доказывать и опровергать, умение убеждать; это речевое мастерство.

Прокурора и адвоката, выступающих в судебных заседаниях, называют судебными ораторами. Слово оратор заимствовано в XVIII в. из латинского языка (лат. orator - от orare - говорить, излагать). «Оратор есть тот, - писал Цицерон, - кто любой вопрос изложит со знанием дела, стройно и изящно, с достоинством при исполнении».

Одной из разновидностей ораторского искусства является судебное ораторское искусство, которое нередко называют судебным красноречием.

Выступление в суде – это один из самых сложных и ответственных моментов участия прокурора, защитника и других лиц в судебном заседании, который требует тщательной подготовки.

М.В. Ломоносов писал, что «красноречие есть искусство о всякой данной материи красно говорить».

М.М. Сперанский определял красноречие как «дар потрясать души».

Что касается знаменитого российского юриста Анатолия Федоровича Кони, то он различал понятия «красноречие» и «ораторское искусство». Красноречие он понимал как «дар слова, волнующий и увлекающий слушателей красотою формы, яркостью образов и силою метких выражений», т.е. как умение говорить образно, как природное дарование. Ораторское же искусство, по его убеждению, «есть умение говорить грамотно и убедительно».

«Судебное красноречие, – писал Николай Карабчевский (русский адвокат и судебный оратор) – красноречие особого рода. На него нельзя смотреть лишь с точки зрения эстетики. Вся деятельность судебного оратора – деятельность боевая. Это вечный турнир перед возвышенной и недосягаемой «дамой с повязкой на глазах».

Начало расцвета судебного красноречия в России относится к 60 годам 19 века, после судебной реформы 1864 г., и связано оно с введением суда присяжных и с учреждением присяжной адвокатуры.

Обычно выделяют прокурорскую, или обвинительную речь, и адвокатскую, или защитительную. К ним примыкают общественно-обвинительная и общественно-защитительная речи, а также самозащитительная речь, которые в судебном процессе занимают второстепенное место. Они произносятся сравнительно редко и по содержанию примыкают к двум основным.

Речь обвинителя – спокойная, корректная, без украшательства, это речь по существу.

Речь защитника - это ключевой момент его участия в судебном разбирательстве. Защитник анализирует правовую оценку, приводит доказательства, опровергающие предъявленное подсудимому обвинение либо смягчающие его вину, высказывает соображения относительно наказания.

С.А. Андреевский, А.Ф. Кони, Ф.Н. Плевако заложили нравственные и идейные основы судебного красноречия: внимание и уважение к человеку, высокий профессиональный уровень, мастерское владение искусством слова.

Безусловно, все судебные ораторы различны по своим характеристикам: от страстного, эмоционального борца за истину до спокойного, бесстрастного исследователя фактов.

Исключительная ясность и понятность речи – один из главных ключей к успеху. Судебный оратор должен пленить и убедить. Если в речи есть образ, то она легче усваивается.

Судебные ораторы опираются на общие места и символы, выработанные художественной словесностью, и даже заимствуют у нее отдельные приемы. Влияние художественной литературы на судебное красноречие довольно ярко проявляется в связи с попытками судебных ораторов нарисовать психологические портреты фигурантов процесса.

Судебное красноречие предъявляет требования не только к словесным выражениям или содержанию речей участников судебных заседаний, но к их поведению. Например, поведение прокурора в суде должно отвечать требованиям безупречной нравственности и высокой правовой культуры, то есть строгому соблюдению закона, принципиальности, всемерному уважению к суду и

тактичному отношению к участникам судебных прений. Совершенно недопустима шумливая крикливость и безапелляционность тона прокурора, а тем более грубость, резкость и мелочное препирательство.

По поводу судебной защиты П.С. Сергеич писал: «Тот, кто избрал ее сбоим служением жизни, должен проникнуться убеждением, что совершает нравственное преступление всякий раз, когда взявшись за дело, не сделал для подсудимого всего, что было в силах и власти его. Если он усвоит себе это убеждение... он достигнет многого; если нет, он, пожалуй, будет произносить умные, интересные и красивые речи, добьется известности и накопит денег, но он не найдет нравственного удовлетворения в своей работе; в конце жизненного пути рассудок скажет ему: ты хорошо говорил, но сердце не кликнет: ты совершил подвиг».

Судебная речь – это официальная профессиональная речь, она является обязательным компонентом важнейшей судебной процедуры – судебных прений. Вместе с тем она существенно отличается от других видов публичных выступлений.

Судебные прения – часть судебного разбирательства, в которой стороны подводят итоги проведенного исследования фактических обстоятельств дела, анализируют собранные доказательства, высказывают и обосновывают мнения по поводу вопросов, подлежащих разрешению судом.

Судебные прения состоят из речей лиц, представляющих сторону обвинения или защиты. А судебная речь – это публичная речь, обращенная к суду, а также ко всем участвующим и присутствующим при рассмотрении уголовного или гражданского дела, произнесенная в судебном заседании и представляющая собой изложение выводов оратора по данному делу и его возражения другим ораторам.

Судебная речь призвана оказывать целенаправленное и эффективное воздействие на суд, способствовать формированию убеждения судей и присутствующих в зале суда лиц. формированию внутреннего убеждения судей, убедительно и аргументировано воздействовать на народных и присяжных заседателей, присутствующих в зале суда граждан.

Например, Анатолий Федорович Кони в оправдание В.И. Засулич в своем резюме выдвинул суждение, что месть может состоять не только в убийстве, но и в ранении. Завершил же он резюме следующими словами: «Быть может, ее скорбная, скитальческая молодость объяснит вам ту накопившуюся в ней горечь, которая сделала ее менее спокойною, более впечатлительную и более болезненною по отношению к окружающей жизни, и вы найдете основания для снисхождения».

Материалом для судебной речи служат обстоятельства, связанные с конкретным уголовным или гражданским делом, факты, доказательства, а предмет – деяние, за которое подсудимый привлекается к уголовной или иной ответственности.

Содержание судебной речи представляет собой совокупность вопросов, разрешаемых судом при постановлении приговора.

Специфическая особенность судебной речи – строгая процессуальная регламентированность. Например, обвинители и защитники, потерпевший и подсудимый, участвующие в судебных прениях по уголовному делу, высказывают соображения по поводу установленных в ходе судебного следствия фактических обстоятельств дела, доказанности и недоказанности обвинения, наступивших в результате преступления последствий, юридической оценки преступлений и т. д.

Для профессиональных участников процесса (прокурора, обвинителя, адвоката-защитника) изложение и обоснование своей позиции по данным вопросам – процессуальная обязанность. В их речах должен быть сделан вывод о виновности или невиновности подсудимого, о юридической квалификации преступления, о наказании подсудимого или освобождении от наказания, о разрешении гражданского иска, а также других вопросов. А вот для подсудимого, обвиняемого, потерпевшего по делам частного обвинения выступление в суде – это право, которым они могут воспользоваться при желании.

Судебное ораторское искусство связано с требованием логичности, убедительности. Доказательность - важнейшая черта рассуждений в судоговорении. Все положения в речи должны быть обоснованы, аргументированы.

Выяснить, доказать и убедить - вот три взаимосвязанные функции, которые определяют внутреннее содержание судебного красноречия.

Требования к языку судебной речи менялись в процессе исторического развития. Если в дореволюционной России судебные ораторы, как правило, не употребляли речевых юридических стандартов, а многие адвокаты говорили с присяжными заседателями, «как говорят писатели с публикой», то в советский период считалось, что «всякие излишества, преследующие цель

украшательства речи ради ее внешнего эффекта, могут только повредить делу и помешать достижению цели».

Русские адвокаты и прокуроры второй половины XIX – начала XX веков были всесторонне образованными людьми, высочайшими профессионалами своего дела, обладали глубокими познаниями в области философии, психологии, риторики. Их речи отличались остроумием и безупречной логикой. Все это позволяло им выигрывать безнадежные, казалось бы, дела.

Октябрьская революция 1917 года противоречивым образом отразилась на развитии отечественного ораторского искусства. Его гуманитарная суть, ориентированность на поиск истины, искусство убеждения оказались невостребованными новой идеологией, которая требовала от риторики пропагандистской направленности, служения классовой доктрине, интересам новой партийно-государственной элиты.

Дореволюционное отечественное судебное красноречие пронизано особым всепроникающим психологизмом, что косвенно подтверждает стремление ораторов апеллировать к чувствам присяжных заседателей и слушателей. В последующее время непосредственно доказательственная сторона судебной речи приобрела гораздо большее значение, чем преимущественно психологический анализ конкретного дела.

Современный судебный процесс очень сильно отличается от процессов дореволюционного периода, в первую очередь тем, что во время процесса больше внимания уделяется фактам, доказательствам, но не эмоциональным, длинным речам выступающих, которые пытаются убедить и повлиять таким образом на присутствующих в зале суда.

В судебных речах, выступлениях юристов на публике используются самые разнообразные лексические и фразеологические средства. Точное содержание, поиск истины, единство мысли и слова – исходная позиция русского судебного красноречия.

«Капкан» – особый прием, также часто используемый в политической речи.

По мнению А.Ф. Кони, в судебной речи иностранный элемент «допустúм, но его следует тотчас же объяснить, а объяснение должно быть кратким, начеканенным... Лучше не допускать трудно понимаемых ироний, аллегорий и т.п.». Также А.Ф. Кони был противником использования иностранных слов, например, старался заменить слово alibi, непонятное большинству присяжных, словом «инобытность», соответствующим данному понятию. Он отмечал: «привычка некоторых из наших ораторов избегать существующее русское выражение и заслонять его иностранным или новым обличает малую вдумчивость в то, как следует говорить. Новое слово в сложившемся уже языке только тогда извинительно, когда оно безусловно необходимо, понятно и звучно».

В заключение хочется добавить, что речевая культура не личное дело каждого юриста. Вопросы культуры речи поднимаются самой жизнью, практической необходимостью. Уважительное отношение к языку, чистая, правильная, богатая речь юриста - это в определенной мере показатель его уважения к законам.

Список литературы:

1. Ивакина, Н.Н. Основы судебного красноречия: риторика для юристов / Н.Н. Ивакина. М., 2011.

2. Мельников, И.И. Судебная речь. Для участников прений сторон по уголовным делам / И.И. Мельников, И.И. Мельников. М.: «Издательство «Право», 2013.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖИЛИЩНЫХ ПРОБЛЕМ МОЛОДОЙ СЕМЬИ ПО КРАСНОЯРСКОМУ ГОСУДАРСТВЕННОМУ АГРАРНОМУ УНИВЕРСИТЕТУ

Сорочун К.О.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент Будякова С.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В марте 2016 года была разработана анкета «Жилищные проблемы в молодой семье», она включала 16 вопросов, а именно:

1) Какой курс и институт Вы представляете? (курс, институт ,направление ,специальность)
2) Вы обучаетесь: а) на платной основе
   б) на бюджетной основе
3) Замужем (женаты) ли Вы?
4) Ваш стаж семейной жизни (лет)?
5) Ваша семья имеет детей?
6) Если да, то сколько их (пол, возраст)?
7) Планируете ли вы увеличить количество детей?

8) Основные источники дохода в вашей семье?

9) Вы проживаете : а) с родителями

б) проживаете отдельно:

б.1. в общежитии

б.2. арендуете

б.3. другое

10) Вас устраивает тип вашего проживания?

11) Планируете ли Вы улучшить свои жилищные условия и каким образом?

12) Что, по Вашему мнению, мешает Вам в улучшении жилищных условий?

13) Что Вам известно о программах федерального, краевого и городского уровня по решению проблем проживания молодых семей?

14) Ваши предложения по разрешению жилищных проблем в молодой семье?

15) Ваш возраст?

16) Ваш пол?

Анкетное исследование было проведено методом квотной выборке среди студентов юридического института. Всего было опрошено 50 респондентов. Анализ полученных анкетных данных позволяет придти к следующим выводам:

1. Основная масса студентов, обучающихся на платной основе не состоят в официально зарегистрированном браке (88,1%), однако в 63,5%-х мы столкнулись с фактом сожительства, причем сами респонденты указали, что в ближайшее время не планируют регистрировать свои отношения, как правило это связанно с невозможностью улучшить свои жилищные условия (72,1%), хотя такой тип проживания практически не устраивает опрошенных.
2. На вопрос, «что, по вашему мнению, мешает Вам улучшить жилищные условия?» было получено 98,1% ответов «отсутствие средств». Несмотря на такой ответ, подавляющее большинство респондентов 69,8% в качестве основного источника доходов указали «родители».
3. 27,5%- работают, причем работу в качестве основного дохода указали в равной степени ,как юноши ,так и девушки . Знаменательным для нашего времени является тот факт, что даже не лигитимированных молодых семьях источником дохода которых являются денежные средства родителей, планируется рождение детей (54,2%). Характерно, что, невзирая на признание своей не удовлетворенностью проживания с родителями или в арендованной квартире, почти всем респондентам не известно о программах федерального, краевого и городского уровня по решению проблем проживания семей. С одной стороны это свидетельствует, в определенной степени об инфантилизме современной молодежи, с другой о крайне малой информации и пропаганде программ по решению проблем проживания семей.

В процессе прохождения преддипломной практики в Красноярскстате**,** нами был выявлен достаточно низкий процент обращения со стороны молодых жителей города Красноярска за помощью в разрешении жилищных проблем.

Крайне низкий процент молодых семей (12,9%) проживает в общежитии, и как правило их не устраивает тип проживания.

Невзирая на сложное положение молодых семей в отдельную категорию можно выделить лиц проживающих в своей собственной квартире, как правило, эти молодые люди располагают собственным жильем благодаря родителям, проживают в квартирах, взятых в ипотеку, либо арендуют жилье.

Ипотечное кредитование не является вариантом выхода из сложившейся неблагоприятной ситуации, т.к. заработная плата молодых супругов слишком низкая, что делает невозможным получение банковского согласия на кредит.

Из всех опрошенных молодых семей только 5,9% имеют детей, как правило, в возрасте до года.

Среди респондентов хотелось бы выделить особо одну женщину: 31 год, студентка первого курса, обучающуюся на платной основе, со стажем семейной жизни 10 лет, имеющую двух детей: девочка 8 лет и мальчик 4 года, которая имеет мужа, проживают в своей квартире, причем ее устраивает тип проживания, но она с супругом планирует улучшить свои жилищные условия, взяв ипотеку. Рождение третьего ребенка в семье не планируется.

Хотелось бы отметить, что помимо анкетного опроса нами было проведено неструктурированное интервью, в особо интересных случаях.

Данные таких интервью позволили нам еще раз подтвердить аксиому, что материнский капитал вовсе не является стимулирующим средством для рождения детей в социально благополучных молодых семьях.

В лучшем случае он позволяет поддержать молодую семью, которая и без того планировала рождение второго ребенка. Мы считаем, что данная мера (в прочем, как и другие, принятые нашими «власть предержащими « имеет совершенно обратный эффект – позволяет паразитировать на средствах налога плательщиков социально неблагополучным, пьющим, употребляющим наркотики, безответственным родителям.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ДЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Трунова Е.С., Черникова Н.А.

Научный руководитель: к.к., доцент Айснер Л.Ю.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Начнем с самого понятия «Муниципальная услуга». Муниципальная услуга – это услуга, предоставляемая органом местного самоуправления, деятельность по реализации функций органа местного самоуправления, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах полномочий органа, предоставляющего муниципальные услуги, по решению вопросов местного значения. Из понятия сразу возникают вопросы, а кто такой заявитель и что такое орган местного самоуправления? Орган местного самоуправления – это органы муниципального образования, создаваемые им для осуществления функций публичного управления на своей территории в целях обеспечения публичных интересов, развития экономики и социально - культурной сферы и решения местных вопросов жизнедеятельности населения. Использование термина «муниципальные услуги» не означает, что их должны оказывать сами органы местного самоуправления. Но они отвечают за то, чтобы люди имели возможность получать их на территории муниципального образования. Заявитель – это физическое или юридическое лицо либо их уполномоченные представители, обратившиеся в орган, предоставляющий государственные услуги, или в орган, предоставляющий муниципальные услуги, с запросом о предоставлении государственной или муниципальной услуги, выраженным в устной, письменной или электронной форме. Их потребителями являются как жители, так и предприятия и организации, обслуживающие нужды населения. Главные пользователи муниципальной услуги - население. Обычные граждане. Получение паспорта, страхование имущество, регистрация брака, получение автомобильных прав - все это и есть муниципальные услуги.

Что такое дополнительное детское образование? Это не только школа, детский сад и т.п., это различные школы танца, музыки, театра, живописи и многие другие. Дети должны не только ходить в школу и учиться, но и заниматься саморазвитием, открыванием в себе талантов, самопознанием. Ученные давно провели эксперимент и доказали, что ребенок который получает дополнительное образование, по мимо школы, более развитый и самоуверенный чем тот ребенок, который ходит только в школу.

В связи с быстрым течением времени, образование подвергается изменениям, общественные потребности необходимо совершенствовать, особенно если это касается молодого поколения. Именно они обладают высоким уровнем активности и мобильности, способностью к быстрым инновационным изменениям и технологиям, что дает им право эффективнее приспосабливаться к новой жизни.

Дополнительное образование детей является базой, одной из главных ступеней ребенка в будущее. С раннего возраста они усваивают социальный опыт, развивают коммуникативную культуру, находят общий язык в коллективе среди сверстников, что значит учатся сотрудничеству и партнерству.

Дополнительное образование может стать одним из главных направлений, что позволит найти свой маршрут в процессе образования. Попробовать себя в разных сферах, выявить сильные и слабые стороны, позволит выявить интерес ребёнка.

Современная социально-экономическая ситуация требует решения к проблемам повышения качества образования. Можно подойти к этому решению через объединение разных ресурсов образовательных учреждений, что позволит создать условия, для роста нравственных и предприимчивых людей, которые смогут самостоятельно принимать грамотные, ответственные решения, прогнозируя их последствия, обладая чувством ответственности не только за себя, но и за судьбу страны.

Достижения детей, которые добились высокого успеха, свидетельствуют о высоком качестве предоставления услуг, что может способствовать дальнейшему интересу ребенка в этой сфере, позволит расширять свой кругозор, научиться терпению и трудолюбию, которое может его привести к дальнейшему успешному будущему.

Не смотря на это, есть отдельная категория учебных заведений, которые работают со сложным контингентом обучающихся (низкий социально-экономический уровень семей, социальная адаптация) В таких учебных заведения , образование не выполняет главную функцию такую как социальный лифт ,что в дальнейшем покажет слабое развитие культуры ответственного поведения, размытые моральные ограничения на пути к достижению личного успеха.

Одним из принципов равных условий должно быть создание равных возможностей для современного качества образования и позитивной социализации детей.

Основными принципами государственной политики в сфере дополнительного образования являются:

- партнерство государства, институтов гражданского общества, семей;
- межведомственная и межуровневая кооперация, сетевое взаимодействие, использование культурных, географических ресурсов территорий;
- координация федеральной, региональной и муниципальной политики, учет региональных социокультурных особенностей и традиций дополнительного образования;
- обеспечение доступности и свободы выбора программ образования и социализации;
- развитие системы дополнительного образования как инвестиционно привлекательной и инновационной;
- развитие системы дополнительного образования как социально-ориентированной - поддержка программ, ориентированных на группы детей, требующие особого внимания государства и общества (дети из группы социального риска, дети с ограниченными возможностями здоровья, дети из семей с низким социально-экономическим статусом);
- развитие системы дополнительного образования как составляющей национальной системы поиска и поддержки талантов, создание конкурентной среды и устранение административных барьеров;

Важнейшие функции сферы дополнительного образования детей состоят в следующем:

1) Развитие человеческого капитала страны.

2) Обеспечение социальной стабильности и справедливости в обществе, создание условий для успешности каждого ребенка, независимо от места жительства и социально-экономического статуса.

3) Удовлетворение вариативных и изменяющихся потребностей детей и семей.

4) Обеспечение потребностей местного сообщества, воспроизводство и развитие социокультурного потенциала территории.

Дополнительное образование детей должно способствовать решению ключевых задач социально-экономического развития региона, предоставлять подрастающему поколению основу для дальнейшего профессионального самоопределения и личностного роста.

Муниципальные услуги нужны населению, для жизнедеятельности. Жизнь есть самое важное для человечества. Из этого следует вывод – государство и муниципальное управление должно обеспечить качественное предоставление муниципальной услуги населению и организациям. Для этой области нужны новые системы улучшения качества предоставления муниципальной услуги. Муниципальная услуга является базовым элементом, клеткой муниципальной деятельности, основой экономических и социальных отношений между людьми на территории муниципального образования.

Список литературы:

1.Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 №, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ, 14.04.2014, № 15, ст. 1691.;

2.Федеральный закон «Об организации и предоставлении государственных и муниципальных услуг» Российской Федерации от 27. 07.2010. № 210-ФЗ (ред. от 13.07.2015.), (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.09.2015) // Консультант плюс: Законодательство.

3.Кокотов, А.Н. Муниципальное право России/ А.Н. Кокотов. М.: Юрайт, 2014.

4.Кононов Р. Правовое регулирование порядка предоставления государственных и муниципальных услуг/ Р. Кононов // Административное право. 2013 год, №4.

5. Зотова Н.К. «Гуманитарная миссия» системы повышения квалификации педагога в условиях модернизации дополнительного образования / Фундаментальные исследования, 2014. №9-3.

6. Межведомственная программа развития дополнительного образования детей в Российской Федерации до 2020 года. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

7. Официальный сайт Главного федерального инспектора по Свердловской области [сайт]. URL: http://gfiso.ru/ (дата обращения: 1.03.2014).

8. Официальный сайт Министерства образования и науки России [сайт]. URL: http://www.minobraz.ru/ (дата обращения: 1.03.2014).

9. Павлов А.В. Дополнительное образование детей /А.В.Павлов, Л.Н.Буйлова// От стратегии выживания к стратегии развития.2015

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СИСТЕМЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Фишова Е.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Шарыпова В.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Социальное партнерство (СП) – это способ организации общественных отношений на основе принципа социальной справедливости, предполагающего полную гармонизацию интересов всех членов общества. В силу того, что понятие социальной справедливости является понятием идеальным, социальное партнерство также предполагает идеальный тип социальных отношений. Для него характерны: «взаимное отношение между субъектами, следование в переговорном процессе принципу компромисса, понимание значимости возникающих проблем, солидарность при отстаивании своих позиций в отношениях других типов и с другими субъектами» [2].

Впервые в трудовом кодексе России определение социального партнерства на законном уровне было узаконено по указу Президента Российской Федерации «О социальном партнерстве и разрешении трудовых споров» в 1991 году. Впоследствии оно развивалось в ряде нормативно правовых актов и законах. С принятием обновленного Трудового кодекса понятие социального партнерства в сфере труда определяется как основополагающая база отношений среди рабочих, профсоюзов, работодателей, органов государственной власти для обсуждения, принятий решений, решения спорных вопросов, организации трудовой деятельности, гарантирует социальную стабильность и общественное развитие. В настоящий момент СП находится в процессе развития и не в силах целиком решить существующую проблему социального равенства между работниками и работодателями по разнообразным причинам.

Существующая ситуация, имеющаяся на трудовом рынке, оказывает отрицательное влияние на развитие социально-трудовых отношений. Ее можно описать следующим образом:

- значительное преобладание предложения рабочей силы над спросом;
- высокий уровень неэффективной занятости, вследствие чего происходит потеря высококвалифицированных кадров;
- отсутствие системы своевременного повышения квалификации кадров;
- преобладание теневой экономики; низкая официальная заработная плата.

Самым эффективным средством работоспособности СП в настоящее время является заключение в организации коллективного договора, регулирующего социально трудовые отношения и способствующего развитию СП в сфере труда среди работников и работодателей. По данным статистики, наибольшее количество коллективных договоров (около 97 процентов) заключается на государственных и муниципальных предприятиях. Так же в сфере материального производства на предприятиях, где присутствуют профсоюзные организации, в лице интересов наемной рабочей

силы, имеют место коллективные договоры. Основной причиной не заключения коллективных договоров является отсутствие профсоюзных организаций. Отсутствие коллективно-договорной формы взаимоотношения среди рабочих и работодателей обычно имеет место из-за отсутствия инициативы работодателей и пассивности рабочих.

Наибольшее количество нарушений в области охраны труда происходит на предприятиях, где регулирование локальных трудовых отношений находится под контролем работодателей, в следствии слабой работы профсоюзов и отсутствия иных законных представителей рабочей силы. Чаще всего нарушения происходят по вопросам найма и увольнения, оплаты труда, выплат социальных пособий, предоставления отпусков. Вследствие чего, основное решение в сфере труда принимает работодатель в одностороннем порядке, не учитывая мнения работников. Основополагающей базой для функционирования профсоюзов являются существующие федеральные и локальные законы. Защиту работоспособности и прав профсоюзов обеспечивают гражданско-процессуальное, административное и уголовное законодательства. В результате становления законодательного аппарата профсоюзы получили свое место общественно-политической системе общества, в следствии чего действия профсоюзов зависят только от закона. За последние годы профсоюзная система сильно развилась, что несет некоторые изменения в их деятельности. Новые права профсоюзов определяют по большей части их суть:

1. В сфере коллективно-договорного регулирования труда:

- ведение коллективных переговоров согласно законно установленным процедурам и ответственность сторон при их нарушении;
- возможность заключать коллективный договор среди различных предприятий, а не только в дочерних организациях. Также договор включает в себя условия, которые были установлены ранее центральными органами управления;
- возможность заключения различных соглашений связанных с социально-трудовыми вопросами и кооперациями предпринимателей при посредническом участии правительственных органов;
- закон определяющий участие в коллективных трудовых спорах, также включающий право на организацию и проведение забастовок.

2. В социально - экономической сфере:

- в случае банкротства предприятия, возможность принять участие в представлении интересов работников связанных с обеспечением занятости, при проведении приватизации разных форм собственности;
- профсоюз принимает полное участие в формировании фонда заработной платы.

3. В организационно-материальной сфере:

- формирование льгот по налогам и государственное финансирование программ полезных для общества;
- изменение прав владения имуществом, ранее переданным профсоюзам;
- изменение прав касающихся добровольности регистрации профсоюзов.

Как показывает практика, отсутствие заключенного коллективного договора, регулирующего социально-трудовые отношения в организациях, не способствует обеспечению согласованности интересов работников и работодателей и развитию социального партнерства. Это представляет собой исключительно сложную проблему, ибо интересы работников и работодателей не всегда совпадают, а порой принимают конфликтные формы[3].

Основополагающим гарантом прав для любого трудового коллектива является правовое закрепление прав в уставе организации и заключение коллективного договора. Со временем поступает от профсоюзов все больше предложений по включению в коллективные договоры мер, на случай экстренных ситуаций на предприятии.

Профсоюзы создают благоприятные условия для работников, создавая возможности для своевременной переквалификации кадров находящихся под угрозой сокращения, таким образом сдерживая уровень предложения рабочей силы не позволяя ему увеличиваться. В отдельных случаях трудовые комитеты добиваются от администрации предприятия принятия мер по увеличению рабочих мест на рынке труда.

В некоторых случаях, при повышенной занятости работников принято вводить нестандартную сокращенную рабочую неделю, до половины от средней продолжительности при оплате за отработанное время, а привлечение зарубежной рабочей силы совершается при согласованности с трудовым коллективом.

В последние времена все больше развивается женская правовая составляющая. При составлении благоприятных мер для работников, профсоюзы также учитывают финансово-экономическое положение организации и ее подразделений, ситуацию, существующую на локальном рынке труда. Профсоюзы вносят в коллективный договор требования в соответствии с существующими государственными законами. Они также учувствуют в развитии государственной политики связанной с занятостью населения, содействием по обеспечению социальных гарантий работников по вопросам занятости, приема на работу, увольнения и предоставления льгот и страховок.

Предложения выборных профсоюзных органов в связи с массовым увольнением работников, направленные в соответствующие органы власти и работодателю, подлежат рассмотрению в установленном порядке законодательством РФ[1]. В настоящее время решение многих социальных проблем осуществляется на договорной основе. Социальное партнерство как особый тип общественных, в частности, социально - трудовых отношений обеспечивает баланс реализации социально - экономических интересов всех основных социальных групп общества и составляет основу их социальных отношений, свойственных социальному государству.

Список литературы:

1. О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности: федеральный закон от 12 янв. 1996 г. № 10- ФЗ // Российская газета. – 1996. – №12. – 20 янв. – 21 с.

2. О занятости населения в Российской Федерации: федеральный закон от 20 апр. 1996 г. №36-ФЗ. – СПб.: ВЕСЬ, 2002. – 991 с.

3. Борвенко Т.И. Социальное партнерство профсоюзных органов с работодателями на современном этапе и его роль в укреплении организаций профсоюза // Социальное партнерство в сфере труда: проблемы и пути решения: материалы межрегион. науч.-практ. конф. – Чита: Изд-во ЧитГУ, 2008. – С.73-80.

АРМИЯ – ОДНА ИЗ ФОРМ ПРОЯВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ

Шабалина Н. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Шарыпова В.А

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Чтобы проанализировать проблему межличностных конфликтов, можно рассмотреть такую группу как армия.

Проблема «неуставных отношений» в армии возникла в ходе распада Советского Союза. По данным социологического опроса были получены результаты: от 50% до 70 % служащих солдат и сержантов, подтверждают наличие в своих частях случаев неуставных взаимоотношений.

Одна четвертая часть опрошенных описывает внутреннею обстановку в своей воинской части как товарищескую. Равнодушное отношение друг к другу отмечают 52% солдат, а 23% оценивают ситуацию внутри коллектива как напряженную.

Основой сложившейся ситуации является противоречия, которые затрагивают “социальный или социально-психологический статус личности или групп, материальные духовные интересы, их честь и человеческое достоинство”.

В результате анализа неуставных взаимоотношений среди военнослужащих срочной службы

можно выделить различные основания «агрессий» и “унижений”, область проявления которых довольно значительная.

Типы механизмов функционирования конфликтов в армии.

Дедовщина - проявление неформальной иерархии во взаимоотношениях среди служащих.

Разделение военнослужащих на группы со свойственными им специфическими функциями, закреплено созданием и проведением ритуалов и традиций служащими старших периодов.

Данные ритуалы, возникшие как средство упрочнения “дедовщины”, довольно разнообразны, но имеют одну суть: разделение военнослужащих по периодам, напоминание о роли каждого в структуре деформированных связей внутри коллектива, появившихся в ходе развития неуставных взаимоотношений.

Дедовщина, которая существует в каждом воинском подразделении, дополняет недостатки уставной структуры. Ей присущи свои системы форм дисциплинарного воздействия и нравственного поощрения, которые в свою очередь обеспечивают стандартное функционирование.

Разграничение форм насилия физическое и психическое воздействие условно, так как выявить какая из этих составляющих доминирует, весьма затруднительно. Психическое давление довольно

часто переходит в физическое и является его дополнением. Основное значение того или иного вида насилия по степени воздействия на личность однозначно определить нельзя.

Главное в дедовщине то, что противодействующие друг другу стороны вынуждены принимать на себя роли, которые им навязывает неформальная структура.

Землячество - вид неуставных взаимоотношений, основой которого является неформальное разделение военнослужащих по национальной или региональной принадлежности.

Культ силы - неформальное разделение военнослужащих по факту индивидуальных качеств и особенностей. Конфликты на этой основе проявляются в подразделениях однопризывного состава. Это может являться одним из основных поводов для межличностных конфликтов.

Существуют три типа конфликтов в основе которых:

1. Конфликт ценностей – конфликт, связанный с исповедованием индивидами различных ценностей, установок и предпочтений.

2. Конфликт интересов – имеет место, когда действие одной личности, стремящийся достичь своих целей, блокируются, сталкиваются с действиями другой личности, также пытающейся достичь своих целей.

3. Обладание возможностями – конфликты, связанные с контролированием и обладанием материальных ценностей и возможностей [1].

Сложно сказать, что является основным источником возникновения конфликтов в армии, но различие в ценностных представлениях подростков является своего рода оплотом для дальнейших, более сложных конфликтных взаимоотношений.

Список литературы:

1. Аксенов И.Н. Молодежные конфликты // otherreferats.allbest.ru
2. Олейник А.Н. Основы конфликтологии. М., АПО. 2003.

НАСИЛИЕ В МОЛОДОЙ СЕМЬЕ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Штайнерт Э. А.

Научный руководитель: к.э.н, доцент Шарыпова В.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

После долгих лет игнорирования проблемы насилия в семье в настоящее время большинство современных государств признало, что насилие мужчин над женщинами в партнерских отношениях является одной из самых важных проблем современного общества.

Рассмотрение психологических аспектов проблемы показало, что является ошибкой рассматривать бытовое насилие только как психологическую проблему и пренебрегая ее социокультурный базис, статус гендерной проблемы, в итоге происходит определенная «патологизация» пострадавшей женщины и решение проблемы решается только применением терапии. На самом же деле основа проблемы насилия коренится не в поведении супружеской пары в целом, либо женщины в частности, но и в мужском поведении, подкрепленном всей системой общественных взглядов, норм и культурных ценностей.

Важно подметить, даже если насильственные (принужденные) действия направлены только на одного человека, то все остальные члены семьи все равно оказываются подвержены тому, что обозначается экспертами как «вторичная виктимизация» и заключается в переживании свидетелями насилия тех же психологических последствий, что испытывает жертва. Исключительно тяжкий стресс испытывают дети, наблюдающие за тем, как отец издевается над матерью.

Красноярский край не является исключением в ряду регионов России, где существует проблема насилия в отношении детей и женщин. По статистике, каждая четвёртая семья в Красноярском крае сталкивается с проблемой домашнего насилия. В результате социологического опроса, проводимого Кризисным центром «Верба» в 2015 году 32% опрошенных красноярцев ответили, что домашнее насилие существует и в их семьях.

Специфика социально-психологической работы с семьей заключается в первую очередь в том, что проблема насилия еще не успела сформироваться в полной мере, отношениями чаще всего правит любовь и чаще всего у обоих супругов есть желание работать над отношениями, сохранить их и германизировать.

В связи с негативными процессами в нашем обществе, большому количеству случаев принуждения в семье, в том числе и над детьми, существует высокая потребность в постоянной коррекционной социально-психологической работы с молодыми семьями по проблемам домашнего насилия.

Важно добиться активного развития семейных отношений молодых супругов, в которых они становятся участниками построения гармоничных, крепких отношений.

В 2013 г в Красноярском кризисном центре «Верба» была разработана инновационный проект под названием «Активизация внутреннего потенциала молодой семьи, переживающей первый кризис». Данный проект является исключительным проектом в г. Красноярске, который направлен именно на работу с молодыми семьями. Задачей проекта является оказание комплексной поддержки молодой семье на образование благоприятного психологического микроклимата, доброжелательного общения, а также полноценного личностного становления всех ее членов.

В 2-х существующих на данный момент в г. Красноярске кризисных центрах используется комплексный подход, так как часто проблемы клиенток взаимосвязаны и взаимозависимы: насилие неразрывно связано с взаимоотношениями в семейном кругу, материальные трудности – с проблемами здоровья и наоборот.

Но применяемая модель работы имеет ряд недостатков.

Во-первых, работа с семьями осуществляется только «по обращениям», то есть эксперты работают с жертвами насилия, которые сами обратились за поддержкой в центр и не предпринимают никаких действий по выявлению и устранению кризисных обстановок. Представляется, что данная работа необходима, поскольку не каждая жертва давления или психологического насилия в семье, способна обратиться за поддержкой к специалисту, не каждый человек решится поделиться проблемой с посторонними ему людьми.

Во-вторых, еще одним минусом, является тот факт, что в кризисном центре «Верба» не ведется персонифицированный контроль семей, обратившихся за помощью. Анонимность обращения, безоговорочно, раскрепощает жертву насилия и дает ей уверенность в охране и защите , но в таком случае невозможно отследить, насколько эффективна работа специалиста в каждом конкретном случае и нет ли рецидива насилия в данной семье, уже обращавшейся за поддержкой в кризисный центр.

В-третьих, не применяются социально-реабилитационные программы для обидчиков (скажем, для мужчин, подвергающих членов своей семьи насилию, а также давлению со своей стороны) и не используются посреднические (медиативные) процедуры по примирению сторон и выстраиванию ненасильственных взаимоотношений.

В-четвертых, телефон доверия работает только в дневное время. А кризисные обстановки нередко происходят поздно вечером и ночью, следственно женщины лишены возможности получить экстренную помощь.

В-пятых, оба кризисных центра недостаточно взаимодействуют со СМИ: множество молодых семей города Красноярска не знают о существовании подобных центров, об их местонахождении и условиях оказания услуг.

Кроме того не ведется работа с молодыми семьями направленная на профилактику насилия, выстраивание модели гармоничной семьи, проработку варианта конструктивного решения конфликтных ситуаций.

Можно рекомендовать организацию семинарских занятий для молодых семей, которые будут включать лекции по проблемам насилия в семье. Целью семинарских занятий должно стать информирование, а так же мотивация молодых супругов к изменению существующих деструктивных установок решения семейных конфликтов. Важно пытаться изменить мотивацию молодых супругов при отборе модели поведения в семейных конфликтных ситуациях: изменить характеристики действий, которые они выбирают, в сторону аффективной нейтральности и достижения консенсуса.

Список литературы:

1. Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. — 320с.

2. Волкова, Е.Н. Проблемы насилия над детьми и пути их преодоления / Под ред. Е.Н. Волковой. – СПб.: Питер, 2008. с.175

3. Емельянова Е.В. Женщина в беде. Программа работы с жертвами домашнего насилия. СПб., 2014.

4. Логунова О.В. Профилактика жестокого обращения в семье: Учебное пособие для специалистов учреждений социального обслуживания населения / О.В. Логунова. - Красноярск: СибГТУ, 2014. - 42 с.

5. Малкина-Пых И.Г. Психологическая помощь в кризисных ситуациях. /И.Г. Малькина-Пых. М., 2008.

6. Синельников А. Усмирение агрессии // Кризисный центр для женщин: опыт создания и работы/А.Синельников. М., 2008.

7. Статистический сборник. Красноярск: ГУ МВД России по Красноярскому краю, 2015. — 180 с.

8. Трунов Д.Г. Психологическое консультирование кризисных состояний/Д.Г. Трунов. Пермь, 2014.

ЧЕРНАЯ РИТОРИКА КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОБЕСЕДНИКОМ

Юнгблюд А.Е.

Научный руководитель: ассистент О.В. Богдан

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Черная риторика – это манипулирование всеми необходимыми риторическими приемами для того, чтобы направлять беседу в желательное русло и подводить оппонента или публику к желательному для нас заключению и результату. Магическая сила языковых средств заключается в умении аргументировать и дискутировать, акцентировать, пропагандировать и вести спор так, чтобы говорящий всегда одерживал верх, причем, как это сформулировал Артур Шопенгауэр — всеми правдами и неправдами. Черная риторика — волшебное и демагогическое средство, позволяющее внушить оппоненту иную точку зрения. Она позволяет разрешать противоречия, создавать основу для взаимопонимания, целеустремленно дискутировать с любым собеседником — даже с таким оппонентом, с которым трудно найти общий язык.

Есть мнение, что черную риторику нельзя использовать ни в коем случае. Но пятнадцать лет назад в России тоже был запрещен такой вид карате как киоко-шинкай. Сейчас любой ребенок с шести лет может начать тренировать свое тело и свой дух с помощью каратэ, применяя его в жизни исключительно в виде защиты. Так и в черной риторике, можно изучать и отрабатывать различные приемы, и использовать их для себя в исключительных случаях. Вся наша жизнь состоит из общения с людьми, и если мы хотим достичь какого-то положения в обществе, то необходимо знать о черной риторике, хотя бы минимум информации, особенно о том, как от нее защищаться.

Принципы черной риторики

1.Способ выражения должен быть простым и метким.

2.Говорящий должен четко выделять в своей речи основные положения.

3.Убедительная главная мысль фокусирует в себе все послание.

4.За фокусировкой послания следует постоянное повторение основной мысли.

5.Контраст «черное – белое» заявляет позицию.

6.Стирание границ между правдой и ложью, информацией и намеренным ее утаиванием дает преимущество.

7.Успех приносят только адресные высказывания.

Это лишь основные принципы, постижение которых приближает человека к овладению искусством черной риторики, но есть еще очень много различных правил, соблюдение которых помогает нам не просто не попасть в затруднительную ситуацию в процессе общения, а и выйти из нее победителем.

Приемы черной риторики

Уместно вспомнить образное сравнение, предложенное древнегреческим философом Зеноном. Он противопоставил два вида риторики: риторику «открытой ладони», характеризующуюся стремлением к убеждению оппонента в споре, достижению поставленных целей путем аргументированного взаимоприемлемого обсуждения возникающей проблемы, и риторику «сжатого кулака», ориентированную на достижение цели посредством использования средств принуждения. Стратегия «сжатого кулака» реализуется путем использования некоторых приемов. Рассмотрим некоторые из них:

Повторение наиболее важных моментов.

Повторяйте свою идею как можно чаще— это помогает информации прочно осесть в сознании и за его пределами. При этом не нужно все время говорить одну и ту же фразу — это будет выглядеть скучно и подозрительно. Закончив говорить, следует отвести взгляд от собеседника или аудитории, для того чтобы не заставить слушателей усомниться в достоверности полученной информации.

Использование специфической терминологии

Во-первых, запутывает собеседника. Мало кто может сказать: «Стоп, я не понял, разъясни значение этого термина». Даже если кто-то и осмелится, то 1-2 раза смотрится нормально, но о если он будет переспрашивать каждые 10 минут — это будет выглядеть смешно. Во-вторых, это

подчеркнет ваш профессионализм и компетенцию в обсуждаемом вопросе. Обычные слова в иностранном варианте тоже подходят.

Основные правила постановки вопросов в черной риторике

Во всех диалогах это вопросы и ответы. Особое внимание в черной риторике уделяется техникам постановки вопросов и ответов на них. И как отмечает К. Бредемайер, первое правило, которое нужно запомнить, это то, что существует множество глупых вопросов. «Глупые» вопросы - это такие вопросы, ответы на которые вы знаете с самого начала, и такие, которые вы не хотите выслушивать, но, тем не менее, не можете от них уклониться. Именно из-за глупых вопросов вы начинаете уступать в споре и загоняете себя в тупик.

Ставка на возраст

Этот прием, основанный на воздействии авторитета, опыта, возраста. Интересны результаты исследования, на которые ссылается Р. Чалдини, известный специалист в области психологии влияния. Итак, исследования, изучающие воздействие статуса авторитета на восприятие размера, показывают, что престижные звания вызывают искажение реальных параметров.

Речевое противостояние черной риторике

Всегда нужно иметь холодный рассудок, когда вас оскорбляют, особенно публично, но при этом нельзя молчать. Если промолчите, или даже сделаете паузу – это воспримут как согласие с оскорблением. Наиболее простой метод борьбы против подобного рода выпадов это резкое противоположное утверждение:

«Я слышал, вы некомпетентны в компьютерном обеспечении» - «Что вы, я отлично владею компьютерным обеспечением! «

«Мне кажется, что вы не сможете сдать экзамен» - «Вам только кажется, я сдам экзамен на отлично! «

После чего вы переводите разговор в нужное вам русло: «Мне кажется, что вы не сможете сдать экзамен» - «Вам только кажется, я сдам экзамен на отлично! Скажите кроме реферата, еще что-нибудь нужно для сдачи экзамена? «

Никогда не повторяйте упрек, прозвучавший в ваш адрес, потому что повторение закрепляет сказанное в сознании собеседника. Вместо того, чтобы повторить упрек, сразу же ответьте на него позитивным для вас утверждением, ни в коем случае не используйте отрицание с последующим повторением слов упрека («Я не виноват, в том что…»).

Конечно, сейчас мной были приведены не все приемы и принципы черной риторики. Все мы несознательно используем те, или иные из них, но часто это только усугубляет ситуацию непонимания. Все должны осознавать, что такое черная риторика, чтобы защититься от ее приемов и вести разговор дальше.

Изучение черной риторики, ее приемов и методов противостояния ей позволяет сделать следующие выводы:

Черная риторика – умение переводить деловые беседы на личный характер путем введения человека в эмоцию без учета этических норм. Тем самым собеседник вынуждается к согласию с вещами не всегда логичными или выгодными ему.

Вся наша жизнь пронизана общением с людьми, и чтобы достичь какого-то положения в обществе, необходимо знать о черной риторике хотя бы минимум информации, особенно о том, как от нее защищаться.

Для противостояния черной риторике всегда нужно иметь холодный рассудок. Нельзя молчать, ни в коем случае. Наиболее простой метод борьбы против подобного рода оскорблений это резкое противоположное утверждение.

Никогда не следует повторять упрек, потому что повторение закрепляет сказанное в сознании собеседника. Вместо этого, нужно сразу ответить на него позитивным утверждением, ни в коем случае не следует повторять отрицание с последующим повторением слов упрека.

Список литературы:

1. Бредемайер, К. Черная риторика: Власть и магия слова / К. Бредемайер //Пер. с нем. – 13-е изд. – М. Альпина Паблишер, 2015.

2. Убеждай и побеждай. Секреты эффективной аргументации / Н. Непряхин // 2-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2012.

TO THE PROBLEM OF SUBSTANTIATION OF NECESSITY OF LEARNING FOREIGN LANGUAGE IN ALL ITS ASPECTS

Antropova E.S.
Scientific supervisor: senior teacher Bershadskaya S.V.
Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia

In our world language is a means of communication with people belonging to different cultures and religions. So, if a person lives in Brazil, he or she can arrive to Portugal and continue travelling without any problems. However, besides obvious opportunities of knowing language, there are some noticeable peculiarities which appear immediately when different cultures collide. Let us have a look at our country. There are more than 100 nations and 160 nationalities in it. Therefore Russia is a multinational country. How then, people can get along? It is rather complex to find a man with whom you can communicate freely just from the first meeting. Even inside one family people cannot find «common language» very often. It is even more difficult to reach tolerance and mutual understanding between various ethnic groups.

The way we express ourselves is even more important as a wrong interpretation can lead to losing the «thread» which connects people and gives them a feeling of confidence. So, facilitating of understanding between people is one of the most significant functions of any language. If we learn Chinese, for example, we shall obviously come upon some problems connected not only with vocabulary but with the written application of words and word combinations because you should write from the top to the bottom, and more than that, we shall experience some difficulties with their great meaningful expressions as one hieroglyph can mean more than ten words. Even in our country we can find unique cases as in Khakassia, where people speak their own language and follow their traditions. People of Khakassia should do their best to save this unique collection of their local national values. It is inhuman to exchange such a wonderful diversity for global values of the Western civilization.

Now unification of languages is going on in the world and many nations disappear from their usual community habitat due to the process of urbanization and globalization, this tendency causes the loss of values and experience which have been accumulated by previous generations.

At the same time when people belonging to national minorities by origin move to modem cities they come across a number of problems caused by both spoken language and the way of life. If a man from some village in the Caucasus comes to Moscow he will see a lot of unknown things at once. For example the Caucasians have their own bright features formed in childhood and developed by family and society. Bravery, courage displayed in defending the interests of their family and relatives and also overestimated selfrating in comparison to women, all these traits can be attributed to them. The man is the head of a family according to their traditions, it is he who maintains and protects a family and so he has the right of the total control, which implies not only control of children but also control of a wife, a sister (if she is not married), etc. There are cases which Europeans can interpret as the violation of rights, when a man goes over the top, but in the Caucasus it is quite normal. This example demonstrates the principles of men who share this point of view and made it their way of life. And more than that, such behavior finds its reflection in the way of speaking. For example, when cadets from the Caucasian republics come to study to our military school their speech behavior sometimes seems rather aggressive and persuasive to the representatives of native Russian speakers. Not knowing that this behavior can be explained by traditional upbringing it often leads to some cases of «hate speech» and even to intolerance and misunderstanding between our cadets.

Such methods as accusing women for vulgar clothes or bad habits generally pursue good goals. First of all, it is health of future children, it is impossible to imagine that a smoking woman can give birth to a healthy baby. But as the proverb says «good intensions pave the road to the place which is not the best for living». So, if you punch your wife who came from corporate party you will be unable to sober her up, though she will get the idea what can happen to her next time.

But what if look at this scene from the other point of view, to see the opinion of the fair sex? «1 have got one child already; I have been working without any rest for three months, and what is in the end? Cannot I relax in a pleasant company and have a glass of wine? What a nonsense! Why can anyone restrict me?» This situation is the consequence of the Russian and Caucasian mentalities collision. And it is necessary to foster respect cultural traditions and tolerance to other people since childhood. Using acceptable patterns of speech is very important during the primary stage of socialization. It is in this period that he or she learns respectable forms of address elderly people, seniors, women or men. It is especially important if you communicate with other cultures where language form of address can be quite different from another culture. Sometimes if you do not know how to address women you may get into trouble, for example in Anglo-Saxon culture you should be very careful choosing between «Miss» or «Mrs.».

Even more important is to use acceptable forms of communication in professional sphere because

otherwise you cannot reach goals which were assigned to you. You should take into account that for example in the Army of Great Britain or the USA there are a lot of women officers or sergeants and you should use the word «Madam» if you do not know for sure their rank. If you want to establish communication between some correspondents you should also use special military terminology or cliché suitable to this or that situation. This terminology consists of so-called Prowords but sometimes the situation may be not typical and it's not enough to acquire only professional language. As we can suppose the availability of such non-standard situations has led to the fact that at present all air traffic controllers have to learn and then pass an English exam not only in the professional language but to have proficiency in different fields of communication and be able to react quickly and freely on rapidly changing «language» situations. So those who want to acquire proficiency in professional communication should learn language with so-called «wide lens». And what is more, you cannot limit your knowledge only by the language itself as culture of the country, traditions of person-to person relationship may also be extremely important.

References:

1. Agapova. S.G. Osnovy mezhlichnostnoy i mezhkulturnoy kommunikatsii (angliyskiy yazyk) / S.G. Agapova. - Rostov n/D. 2004.

2. Oshchepkova. V.V. Yazyk i kultura Velikobritanii. SShA. Kanady. Avstralii. Novoy Zelandii / V.V. Oshchepkova. - M. ; SPb.. 2006.

THE GLOBAL TENDENCIES IN THE MODERN PRODUCTIVE AND ECONOMIC ENVIRONMENT IN A SOCIETY

Chanin E.A.

Scientific supervisor: candidate of science in culturology, docent Aisner L.Yu.

Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia

One of the global tendencies in the modern productive and economic environment in a society is prevalence of sphere of services.

To the XXI-st. century beginning there was a revaluation of structure of economy of a front line in economic area of society. It has appeared that the mechanics embodiment in economic and social structures in a new economic reality is more important and more difficult than its working out, designing and introduction. Even the fundamental science since some time is anxious by creation of new technologies, high technologies and only in small degree a science for a science. Therefore scientists and engineers even more often become managers, service conductors to extend own invention, to make it a property of the market and everyday life.

The basic public appointment of service activity and sphere of services consists in promoting satisfaction of diverse mass requirements, and also various individual needs. Participating in realization of public requirements, service activity strengthens social safety, brings an appreciable contribution to the maintenance of modern development of work collectives and contributes to increase the level and quality of population's life.

A service system (or customer service system, CSS) is a configuration of technology and organizational networks designed to deliver services that satisfy needs, wants or aspirations of customers.

There are several modern lines of world development in the sphere of service: information service, consultation on administrative, technical, financial questions, psychological problems; registration of interiors, re-planning of dwellings, creation of the thematic centers of culture and service; use of the achievements of robotics and space technologies, marketing and engineering.

According to Forrester Research Centre, spending on customer relationship management is expected to top $11 billion annually by this year, as enterprises seek to grow top-line revenues, improve the customer experience, and boost the productivity of customer-facing staff.

In comparison with manufacture of goods and their advertising service's efficiency is most approached to the consumer and to the greatest degree meets his requirements. Under the latest data 1 dollar spent for advertising, adds less than 5 dollars to the company income while 1 dollar spent for improvement of quality of service of the client brings 60 dollars of the additional income. Thus, service development is 12 times more effective than advertising development. And, first of all, it is necessary to know the level of satisfaction of clients because 84 % of all sales occur under the happy recommendation.

It may be observed in dynamically growing sphere of services in the national income. Relative density of branches of services in leading economic powers of the world reaches 70-80 % of gross national product.

Therefore life's quality of a modern person in a big degree depends on the development of sphere of service. Now in the Russian Federation we observe high relative density of sphere of services in gross

national product and high rate of its development. However heterogeneity of development of service within the country and low level of its development takes place. So, the volume of household services on one person in Moscow is three times more than on the average in the country. It is considered, that even such large regional centers as Rostov, Novosibirsk, Krasnodar and other lag behind the capital in the development of the consumer market for 3-4 years.

In today's conditions, in the world of increasing competition, special value gets not only (and not so much) quality of goods or service, but also the ability to offer these goods or service to the client that is service. Now the share of the consigner market, including service sphere is developing in the Russian Federation and in the Siberian federal district with advancing rates. Recognized leaders - corporations in the field of sales and service of household and office techniques, car-care centres, information service extend. They all need professionally prepared experts who until recently were not issued by high schools. Simultaneously with scientific and technical progress, continuous occurrence of new high technologies become complicated, requirements to the qualification of experts in sales and service of these new techniques, raised.

The conceptual device of service activity, as well as a science about service is now on a pass of innovation, structurisation, revealing of the interdisciplinary character. Service represents a new, more difficult unity of a science, techniques in its scientific understanding and saving people's life technologies.

The NESSI Services Sciences & Systems Engineering Working Group is beginning to address what it means to be in a services-driven world in which harnessing services in the right way can be complex, delicate and critical to the achievement of social and business objectives. The Working group envisages a multi-disciplinary (e.g., economics, computational and mathematical sciences, management sciences, social-policy sciences, and others) effort for tackling some of the challenges in services' understanding and deriving principles for harnessing services for providing appropriate value.

The NESSI Landscape is focused not only on suggesting an enabling framework and technology for business services in Europe but also on the long-term development of economic, social and organizational services across Europe.

As we see Service is one of the most highly technological and labor-consuming branches. If to recollect that it is also the most mass branch it becomes clear that service is out of competition. The competition can be only between its conductors.

Service is a speed of reaction to changes in a real life. Service is always at least actual. In this quality - in a recoupment of the flexibility - service is similar to stock market game. There the success of all business depends only on small, but a notable advancing in speed of reaction to market changes in comparison with competitors - other players of the market.

Service is an open space for a creative autonomy of a person, making decisions in operative conditions in a situation; it is a clever trade demanding constant development of a person.

References:

1. 1. Aysner L.Yu.. Bershadskaya S.V. Razvitiye kross-kulturnykh kommunikativnykh kompetentsiy v usloviyakh globalizatsii ekonomiki i biznesa / Vestnik Vostochno-Sibirskoy Otkrytoy akademii. - 2015. - № 18 (18)
2. 2. Veledinskiy V.G. Servisnaya deyatelnost / V.G. Veledinskiy - M.: KnoRus. 2013. - 176 s.
3. forrester.com

LANGUAGE AND GENDER RELATIONS

Grishina I.V.

Scientific supervisor: senior teacher Bershadskaya S.V.

Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia

The role of socialization in gender role development is still open for debate, although many now make the distinction between the gender role being socialized and something malleable, whereas gender or sex is biologically determined.

The development of one's gender role plays a tremendous role in socialization as people are expected to conform to traditionally accepted roles while taking their place in society. In the past this has taken the form of certain forms of employment being reserved or predominantly held by members of one gender or another (such as teachers are women and bankers are men). This rigid structure is beginning to shift as gender roles are reconsidered, but still remains a key aspect to socialization.

A person's gender role comprises several elements that can be expressed through clothing, behavior, occupation, personal relationships, and language. These elements are not fixed and have changed through time (for example, women's trousers). Gender roles traditionally were often divided into distinct feminine

and masculine gender roles, until especially the twentieth century, when these roles diversified into many different acceptable male or female roles in modernized countries throughout the world. Thus, in many modern societies one's biological gender no longer determines the functions that an individual can perform, allowing greater freedom and opportunity for all people to express their individual talents and interests.

Do men and women speak the same language? Can they ever really communicate? These questions are not new, but since early 1990s there has been a new surge of interest in them. Countless popular psychology books have been written portraying men and women as alien beings, and conversation between them as a catalogue of misunderstandings. The most successful exponents of this formula, such as Deborah Tannen, author of "You Just Don't Understand", and John Gray, author of "Men Are From Mars, Women Are From Venus", have topped the bestseller lists of the world.

Traditional gender roles embody the male role as agentive where action, self-expansion, and individuality are the rule. By contrast, traditional gender roles define the female role as communal, embodying emotional expressiveness and a focus on the needs of others. The work of Deborah Tannen suggests that the communication patterns of males and females often differ, with males using a direct and forceful style while females use a more indirect and intimate style of interaction. Such linguistic styles parallel the masculine principle of agency and the feminine principle of communion.

Some scientists consider that women talk more than men, talk too much, are more polite, are indecisive/hesitant, complain and nag, ask more questions, support each other, are more co-operative, whereas men – swear more, don't talk about emotions, talk about sport more, talk about women and machines in the same way, insult each other frequently, are competitive in conversation, dominate conversation, speak with more authority, give more commands, interrupt more.

The gulf between men and women is a product of nature. The sexes communicate differently because of the way their brains are wired. The female brain excels in verbal tasks whereas the male brain is better adapted to visual-spatial and mathematical tasks. Women like to talk; men prefer action to words.

By now, a writer who announces that sex-differences are natural is not "saying the unsayable": he or she is stating the obvious. The proposition that men and women communicate differently is particularly uncontroversial, with clichés such as "men never listen" and "women find it easier to talk about their feelings" referenced constantly in everything from women's magazines to humorous greeting cards. The idea that men and women "speak different languages" has itself become a dogma, treated not as a hypothesis to be investigated or as a claim to be adjudicated, but as an unquestioned article of faith. Our faith in it is misplaced.

At its most basic, this study is simply the proposition that men and women differ fundamentally in the way they use language to communicate. All versions of the study share this basic premise; most versions, in addition, make some or all of the following claims: language and communication matter more to women than to men; women talk more than men; women are more verbally skilled than men; men's goals in using language tend to be about getting things done, whereas women's tend to be about making connections to other people; men talk more about things and facts, whereas women talk more about people, relationships and feelings; men's way of using language is competitive, reflecting their general interest in acquiring and maintaining status; women's use of language is cooperative, reflecting their preference for equality and harmony; these differences routinely lead to "miscommunication" between the sexes, with each sex misinterpreting the other's intentions. This causes problems in contexts where men and women regularly interact, and especially in heterosexual relationships.

The relationship between the sexes is not only about difference, but also about power. The longstanding expectation that women will serve and care for others is not unrelated to their position as the "second sex". But in fact we still live in a male-dominated society and so it is like an elephant in the room that everyone pretends not to notice.

In relation to men and women, our most basic stereotypical expectation is simply that they will be different rather than the same. We actively look for differences, and seek out sources that discuss them. Most research studies investigating the behavior of men and women are designed around the question: is there a difference? And the presumption is usually that there will be. If a study finds a significant difference between male and female subjects, that is considered to be a "positive" finding. A study that finds no significant differences is less likely to be positive.

If we are going to try to generalise about which sex talks more, a reliable way to do it is to observe both sexes in a single interaction, and measure their respective contributions. This cuts out extraneous variables that are likely to affect the amount of talk, and allows for a comparison of male and female behavior under the same contextual conditions.

Numerous studies have been done using this approach, and while the results have been mixed, the

commonest finding is that men talk more than women.

The reviewers are inclined to believe that this is a case of gender and amount of talk being linked indirectly rather than directly: the more direct link is with status, in combination with the formality of the setting (status tends to be more relevant in formal situations). The basic trend, especially in formal and public contexts, is for higher-status speakers to talk more than lower-status ones. The gender pattern is explained by the observation that in most contexts where status is relevant, men are more likely than women to occupy high-status positions; if all other things are equal, gender itself is a hierarchical system in which men are regarded as having higher status. “Regarded” is an important word here, because conversational dominance is not just about the way dominant speakers behave; it is also about the willingness of others to defer to them. Some experimental studies have found that you can reverse the “men talk more” pattern, or at least reduce the gap, by instructing subjects to discuss a topic that both sexes consider a distinctively female area of expertise. Status, then, is not a completely fixed attribute, but can vary relative to the setting, subject and purpose of conversation.

The folk-belief that women talk more than men persists because it provides a justification for an ingrained social prejudice. Evolutionary psychology is open to a similar criticism: that it takes today’s social prejudices and projects them back into prehistory, thus elevating them to the status of timeless truths about the human condition.

References:

1. Tolmach, Lakoff Robin. Language and woman’s place / Lakoff Robin Tolmach. - New York: Harper & Row, 1975.
2. Tannen, D. Das habe ich nicht gesagt! Kommunikationsprobleme im Alltag / D. Tannen. - Hamburg, 1992.
3. Tannen, D. Du kannst mich einfach nicht verstehcn. Warum Manner und Frauen aneinender vorbeireden / D. Tannen. - Hamburg, 1991.
4. Trudgill, Peter. Sociolinguistic patterns in British English. - London, 1978. - P. 19.

LEARNING CROSS-CULTURAL ASPECT OF COMMUNICATION IS A KEY TO SUCCESSFUL GLOBAL BUSINESS

Kolkova V.A.

Scientific supervisor: senior teacher Bershadskaya S.V.

Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia

Today's business is rapidly becoming wide-spread. The Internet and modern technology have opened up new market places, and allow people to promote their businesses to various geographic location sand span new cultures.

If you want to launch business in another country you should know the benefits of understanding the business culture.

When working in the global commercial environment, knowledge of the impact of cultural differences is one of the keys to international business success. Improving levels of cultural awareness can help people to build international competencies and enable individuals to become more globally sensitive.

People often talk about how the world is getting «smaller», thanks to travel and technology. But the reality is that, even though we interact with different cultures more than ever, there are still major differences between countries. People don not only have different things like dress, conversation, and social customs. People often think differently, run business differently, have different expectations and values, religious beliefs, business ethics, practices, behavior and etiquette. What is normal in our country might be a serious mistake elsewhere.

This makes living in a diverse world so interesting. However, it makes running business a bit challenging - especially if you are not prepared.

Cross-cultural communication is increasingly the new norm. What can be difficult, however, is to understand how to communicate effectively with individuals who speak another language or who rely on different means to reach a common goal. After all, if communication is electronic, you easily work with someone in another country as if you work with someone in the next town. It means you can work with the most knowledgeable people in the entire world. An effective communication strategy begins with the understanding that the sender of the message and the receiver of the message are from different cultures and backgrounds.

English seems to be the language that people use if they want to reach the widest possible audience. «However, even for native English speakers, cross-cultural communication can be an issue: just witness the mutual incomprehension that can sometimes arise between people from different English-speaking

countries».

The language is not only part of how we define culture, it also reflects culture. Thus, the culture associated with a language cannot be learnt in a few lessons about celebrations, customary clothing, folk songs, and food of the area in which the language is spoken. Culture is a much broader concept.

An effective way to learn about the target language and culture is to find information. Through the study of other languages, students gain knowledge and understanding of the cultures that use that language. Culture must be fully incorporated as a vital component of language learning.

Language learners need to be aware, for example, of the culturally appropriate ways to address people, express gratitude, make requests, and agree or disagree with someone. They should know that behavior and intonation patterns that are appropriate in their own speech community may be perceived differently by members of the target language speech community, things like dress, conversation, and social customs. They have to understand that, in order to communicate successfully, use of language must be associated with other culturally appropriate behavior.

Direct experience is the best way to begin to learn any culture. Using authentic sources from the native speech community helps to engage learners in authentic cultural experiences. Sources can include films, news broadcasts, and television shows; Web sites; photographs, magazines, newspapers, restaurant menus, travel brochures, and other printed materials.

We apply the standards of interpretation that we would use in our own cultures to the behavior of those in the unfamiliar culture and we draw mistaken conclusions. We all share 98 % of the same DNA, and we are all far more alike than we are different, but that is easy to forget at the beginning. No one likes to feel like a stranger, feel alone. This is a natural part of human experience. So, you should not be afraid. Differences are less important than commonalities. Culture and history shape the customs and rituals through which various aspects of human nature are expressed: people may be shy, daring, honest and dishonest and so on. Thus, the language and the coding are different. This is why cross cultural communication takes work.

More over, our own cultural identities are not apparent to us until we begin to interact with others who represent different cultures. Remember, that cultures are always changing. Different styles of communication are reinforced and accented by different binding customs and values and interact with each other.

There are some potential hot spots in cross cultural communication which you must learn:

1. Opening and closing conversations: different cultures may have different customs. This topic includes modes of address, salutations, level of deference to age or social position, gender differences and so on;
2. Taking turns during conversations: in some cultures, it is more appropriate to take turns in an interactive way, and in others, it is more important to listen thoroughly and without comment, without immediate response;
3. Interrupting: in some cultures interruption, vocal, emotional expression, etc. are considered to be the default conversational style, particularly among those considered to be equals, or among men;
4. Use of silence: in some forms of communication, silence is to be expected before a response, as a sign of thoughtfulness and deference to the original speaker, yet at other times, silence may be experienced as a sign of hostility;
5. Use of humor: it is important to understand that this is another area where misunderstandings can very likely occur. Humor is notoriously culture-specific: Many things that pass for humor in one culture can be seen as grossly offensive in another;
6. Knowing how much to say: patterns around presumed areas of deference based on age and social standing can influence how much it is appropriate to say, depending on the culture;
7. Sequencing elements during the conversation: it is important to understand the influence that sequence has on effectiveness.

So, how to develop intercultural communication skills? The first step is to learn as much as possible - the language, cultural background and history, social rules, and so on - about the specific culture that you expect to deal with; to develop general skills that will help to adapt in any culture. The trick is to learn useful general information but to be open to variations and individual differences. The second step to cultural learning, general development of intercultural skills, is especially useful if we interact with people from a variety of cultures or subcultures.

When you communicate, keep in mind that even though English is considered the international language of business, it is a mistake to assume that every businessperson speaks good English. In fact, only about half of the 800 million people who speak English learned it as a first language. And, those who speak it as a second language are often more limited than native speakers.

When you communicate cross-culturally, make particular efforts to keeping your communication clear, simple and unambiguous.

Finally, it is important to realize that all these tips on ins and outs of global business are general directions only. Of course, there are exceptions to these rules. Use these tips as guidelines, but always listen to your local adviser whenever you are in a new country.

References:

1. Effective Cross Culture Communications. - URL :https://www.mindtools.com/Comm Skll/Cross- Cultural-communication.htm.
2. Peterson, E.B. Coltrane. Culture in Second Language Teaching / E.B. Peterson // Center for Applied Linguistics. - URL :https://www.cal.org/resources/Digest/0309peterson.html.
3. Schuler, A.J. Tips for Successful Cross Cultural Communication / A.J. Schuler, D. Psy. - URL :http://www.schulersolutions.com/cross_cult.

INTERNATIONAL TERRORISM AS A GLOBAL PROBLEM OF THE PRESENT

Markov N.D.

Scientific supervisor: candidate of science in culturology, docent Aisner L.Yu.

Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia

It is absolutely clear that international terrorism has become one of the major challenges in the endless chain of problems facing the world community. A lot can be said about its origins and current causes as well as the financial, social and political roots that feed it. However, all this will not make the world safer. International terrorism has turned into a true multidimensional monster that has incorporated a variety of unlawful actions, such as drug trade, contraband and piracy.

Terrorism is not new, and even though it has been used since the beginning of recorded history it can be relatively hard to define. Terrorism has been described variously as both a tactic and strategy; a crime and a holy duty; a justified reaction to oppression and an inexcusable abomination. Obviously, a lot depends on whose point of view is being represented. Terrorism has often been an effective tactic for the weaker side in a conflict. As an asymmetric form of conflict, it confers coercive power with many of the advantages of military force at a fraction of the cost.

That is why prevention of the terrorism is so important. In some cases, terrorism has been a means to carry on a conflict without the adversary realizing the nature of the threat, mistaking terrorism for criminal activity. Because of these characteristics, terrorism has become increasingly common among those pursuing extreme goals throughout the world.

We can find some different definitions of this phenomenon. For example, the United States Department of Defense defines terrorism as «the calculated use of unlawful violence or threat of unlawful violence to inculcate fear; intended to coerce or to intimidate governments or societies in the pursuit of goals that are generally political, religious, or ideological». Within this definition, there are three key elements - violence, fear, and intimidation - and each element produces terror in its victims. The FBI uses this: «Terrorism is the unlawful use of force and violence against persons or property to intimidate or coerce a government, the civilian population, or any segment thereof, in furtherance of political or social objectives». The U.S. Department of State defines «terrorism» to be «premeditated politically-motivated violence perpetrated against non-combatant targets by sub-national groups or clandestine agents, usually intended to influence an audience».

Moreover it should be noted that the problem of international terrorism is linked to the main spheres of life of the world community and the societies of individual countries: policy, national relations, religion, environment, criminal networks, etc. This relationship is reflected in the existence of different types of terrorism, which include political, nationalist, religious, criminal and environmental terrorism.

Members of groups engaged in political terrorism have as their objective the achievement of political, social or economic change within a particular state, and the erosion of international relations, international law. Nationalist (or as it is called national, ethnic or separatist) terrorism is intended to solve the national question, which has recently become more and more the character of the separatist aspirations in a variety of multi-ethnic states.

Religious form of terrorism due to attempts by armed groups professing a particular religion to fight against the government is dominated by another religion or other religious directions. Crime of terrorism is based on a criminal business (drug trafficking, arms trafficking, smuggling, etc.) to create chaos and tensions under which most likely surplus profits. Environmental terrorism implements grouping, acting through violent methods against the general scientific and technological progress, environmental pollution, killing of

animals and the construction of nuclear facilities.

In today's world, there are manifestations of state terrorism associated with attempts to eliminate foreign heads of state and other political figures, with actions aimed at overthrowing foreign governments, creating panic among the population of foreign countries, etc.

Today international terrorism is an integral part of the spread of transnational criminal organizations that are supported by corrupt government officials and politicians. Thus, the work of British scientists «Global Transformation» notes: «There are negative forms of international organizations, such as terrorist and criminal organizations. Despite the centuries-long conflict between the smugglers and the authorities in recent years, the growth of transnational criminal organizations is linked to drug trafficking (now experts estimate its annual turnover is over $ 300 billion) and the prevalence of organized crime. Solving these problems has become a major concern for governments and police forces throughout the world».

In some cases, mentally unbalanced people, overly ambitious politicians have become the objects of terrorism. Terrorism is often seen as a way of achieving the global arena in international relations that cannot be achieved by any other means. In modern conditions the form of terrorist activities has become increasingly complex, and come in a growing conflict with human values and the logic of world development.

This global problem of international terrorism, in our opinion, cannot be regarded only as an independent phenomenon. It began to turn into an important component part of a broader military-political global issues related to the fundamental questions of war and peace, the solution of which depends on the continued existence of human civilization.

Thus the problem of international terrorism should be regarded as an important element of the full range of universal, global problems. It is quite evident that international terrorism has become one of the most pressing contemporary global problems associated with the sphere of international relations.

References:

1. Held, D. Global Transformations. Politics, Economics and Culture / D. Held, A. McGrew, D. Goldblatt, J. Perraton. - Oxford, 2000. - P. 58.
2. About international terrorism and problem of coastline security. - URL: http://www.chile.mid.ru
3. URL: http://www.terrorism-research.com
4. URL: http://www.anthropology.ru

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ 3

ПОДСЕКЦИЯ 10.1. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ 3

Гринцак К. А. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ 3

Тараносова А. И. ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕРАБОТКИ НАВОЗА 5

Марусич А.А. ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ЛИДЕРСТВА 6

Жемчугова К.А. ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК 7

Липская М.В. , Дорожкина В.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЗАО «ИСКРА» 9

Папаяни Л.Н. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ОАО ПТИЦЕФАБРИКА «ЗАРЯ» 11

Папаяни Л.Н. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА «ЗАРЯ»» 12

Ударцева Л.А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА «МОЙ ГОРЯЩИЙ ТУР! » 14

~~Шапорова Р.Ю. ОЦЕНКА КАДРОВЫХ РИСКОВ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ~~ 15

Биндусова А.В. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ АПК: СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА 18

ПОДСЕКЦИЯ 10.2. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТА 20

Потылицына Н.Е. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ НА ПРИМЕРЕ ООО «РЕСТОР» 20

Хачатрян М.Г., Иванова А. ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ. РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ 22

Чооду Т.М., Антонова В.А. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ФРАНЦИИ, ГЕРМАНИИ И РОССИИ 24

Лисенков Н.П., Серебрякова О. ЭТИКА ЛИДЕРСТВА В МЕНЕДЖМЕНТЕ 25

Липская М. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА 26

Кузнецов В.В., Астахов А.Д. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАБОТЕ МЕНЕДЖЕРА 27

Семибратская И. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ АРАБСКИХ СТРАН 28

Татаринов И.С., Чиреш М.В. СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ. КАК СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ВЛИЯЮТ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ 30

ПОДСЕКЦИЯ 10.3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И БИЗНЕС 32

Бауэр Э.Я. СЕТЕВЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СТРУКТУРЫ КАК НОВАЯ ФОРМА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ 32

Мохирева А.Н. РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ 34

Келлер К. К. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 36

Григорян А.Г. КОРПОРАТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КРУПНОЙ КОРПОРАЦИИ 38

Марусич А.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ГСХУ «УЧХОЗ «МИНДЕРЛИНСКОЕ» 40

Сапожников М.А. ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА 43

Сабельников С.А. УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 44

Григорян К.Г. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА ПРОВЕДЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АУДИТА 45

Зубанова А.К. АУДИТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА 47
Павлов А.В. ВЛИЯНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 49

ПОДСЕКЦИЯ 10.4. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 51
Янченко В.В. СОЗДАНИЕ БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЯ НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.3 ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «БОГОТОЛЬСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА» 51
Емельянов А.С. ПРОЕКТИРОВАНИЕ БАЗЫ ДАННЫХ ОТДЕЛА РАСТЕНИЕВОДСТВА СПК «СОЛОНЦЫ» 52
Вдовин В.В., Михайлов В.А. MS VISIO ДЛЯ ОПИСАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРИ СОЗДАНИИ САЙТА КОМПАНИИ 54
Достовалов Ю.И. ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА 56
Мотыль Е.Е. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕКЛАМЕ 58
Чаян О.К. ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЖИЗНЬ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА 59
Достовалов Ю.И. НОВЫЙ ФОРМАТ РЕКЛАМЫ – НАТИВНАЯ РЕКЛАМА 61
Громов О. М. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКСПЛУАТАЦИИ ЭВМ НА ОСНОВЕ МАРКОВСКИХ ЦЕПЕЙ 63
Востриков О.Ю. РЕАКТОС: ОЧЕРЕДНАЯ КОПИЯ WINDOWS ИЛИ ОПЕРАЦИОННАЯ СИСТЕМА БУДУЩЕГО 65
Веремеенко Д.А. АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕРМЕРСКОГО ХОЗЯЙСТВА 66
Андреева М.В,. Суворова Е.В,. Радостев А.В ПРИЛОЖЕНИЕ «PROКРАСНОЯРСК» 69
Морозов Д.Д. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК БИЗНЕСА 69

ПОДСЕКЦИЯ 10.5. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ 71
Качаева Т.Г., Валькевич И. Г. ОПИСАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В НОТАЦИИ ARIS eEPC 71
Таганова А.Н., Борисенко Н.В. УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НОТАЦИИ IDEF3 74
Рахманов А.Н. СОЗДАНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ СХЕМЫ БД ДЛЯ ЧАСТНОЙ ПИВОВАРНИ 77
Мацигина Т.В. МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В НОТАЦИИ IDEF (0) 78
Непомнющая И.С. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДОЛОГИИ ОПИСАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ 81
Коробкова К.Р. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ 84
Шваргонова А.В. СТАТИСТИЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ 86
Емельянов А.С. ИС БАЗА ДАННЫХ 88
Агарков Д.В., Барахтаева А.И. СОЗДАНИЕ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНА РАБОТ В MSPROJECT ПРИ РАЗРАБОТКЕ WEB-ПРИЛОЖЕНИЯ 89
Ударцева Л.А. ОПТИМАЛЬНАЯ ЗАГРУЗКА ТРАНСПОРТА 91
Ушакова М.Ю. МОДЕЛИРОВАНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ 94

СЕКЦИЯ 11. МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 98

ПОДСЕКЦИЯ 11.1. МАРКЕТИНГ В АПК 98
Атамасов А.Ю. МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ 98
Белоусова К.Д. ХОЛОДНЫЕ ПРОДАЖИ: МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИЯ 99
Бородкин.М.А. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ ЖИЛИЩНЫХ УСЛУГ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ 100
Горшкова П.С. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТОРГОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ 103
Гуминская И.А ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ 106

Иванов Н.Н. ОПТИМИЗИЦИЯ АССОРТИМЕНТА УСЛУГ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 108
Карпузович А.С. ПРОБЛЕМА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ БЕЛКОВО-ВИТАМИННО-МИНЕРАЛЬНЫХ ДОБАВОК 110
Князев Д.С. КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА ПРИ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ НА РЫНКЕ 111
Кубрак М.В., Леонов С.Н. ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА АУТСОРСИНГА 113
Лукьянчук Ю.О. АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДОВ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ 114
Лукьянчук Ю.О. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ 117
Лучинкина М.А. ВНУТРИФИРМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ 119
Протас И.В. ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА 120
Романенко Н.В. ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ 121
Спиридонова А.В. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ 123
Терентьев И.В. АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ К ФАКТОРАМ ВНЕШНЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ 125
Токолова А.А. АНАЛИЗ СФЕРЫ УСЛУГ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕГО ЭЛЕМЕНТА ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ 128
Торнова А.П. УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ПОТОКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОПТОВО-РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ 130
Цапова А.И. КОРМОВАЯ БАЗА – ОСНОВА ИНТЕНСИФИКАЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА 131
Шашина О.Р. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО ТД «БЕЛОРУССКИЙ» 132
Шереметов В.Д., Кондаков Д.О. ФОРМИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ЧАСТНОГО ОХРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 133
Юрченко А.Е. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ГОРОДЕ ЖЕЛЕЗНОГОРСК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ 135

ПОДСЕКЦИЯ 11.2. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 137
Ануфренко К.С. ПРОГРАММА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ТРК «КОМСОМОЛЛ» 137
Гранкова К.О., Эду М. АНАЛИТИЧЕСКИЙ СРЕЗ ТЕРМИНА «ПРОДВИЖЕНИЕ» 139
Ерзямкина М.А. ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА СТРОИТЕЛЬНОМ РЫНКЕ 141
Кетова Н.Н. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПРОДВИЖЕНИИ НА РЫНОК ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОТРАСЛЕЙ 142
Коняшин П.И. УПАКОВКА ТОВАРА И ЕЕ РОЛЬ В ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКЕ 144
Которгина М.О. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ТРК «КОМСОМОЛЛ» 145
Ланцева Т.Ш. АНАЛИЗ КАТЕГОРИИ БРЕНДА 147
Мотыль Е.Е. Кузьмина А.А. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ООО «ИНВЕНТ» 148
Мотыль Е.Е. Норина А.А. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ШКОЛЬНИКОВ И МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ ПОСЕЛКА БЕРЕЗОВКА БЕРЕЗОВСКОГО РАЙОНА 151
Соболев В.В. МЕХАНИЗМ ОРГАНИЗАЦИИ ПОИСКОВОГО МАРКЕТИНГА В РЕКЛАМНЫХ КОМПАНИЯХ 152
Строкин И.В. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БРЕНДОВ ООО «ЮНИМИЛК-КРАСНОЯРСК» 154
Суворова Е.В., Радостев А.В., Андреева М.В. ФЕСТИВАЛЬ КАК МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ 157
Токмашова.М.Д. СПОНСОРСТВО И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ: ОБЩЕЕ И ОТЛИЧНОЕ 158

СЕКЦИЯ 13. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ 160

ПОДСЕКЦИЯ 13.1. ИСТОРИЯ 160
Великанова М. В., Кравченко Д.С. XX СЪЕЗД КПСС И ЕГО СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ 160
Стал-оол А. С., Чагар-оол О.В., Сан-оол А.А. РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА СССР В 1965-1985 гг. 161
Колесникова А.Ф. , Лактисова Ю.А., Делявская И.Е. КОММУНИСТИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ Н.С. ХРУЩЕВА И СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО 162
Скрипченко К.Д., Степанова А.В. ФОРМИРОВАНИЕ ДРЕВНЕРУССКОГО НАРОДА 163
Отмахов А.О., Федоров А.В. СОЗДАНИЕ ДРЕВНЕРУССКОГО ГОСУДАРСТВА 164
Валюнова А.В. ФАЛЬСИФИКАЦИЯ ИСТОРИИ КАК ПРОБЛЕМА ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МОЛОДЕЖИ 166
Борщенко М.А., Суденкова А.А. ПОРТРЕТЫ И СУДЬБЫ ЖЕН ИВАНА IV ГРОЗНОГО 167
Гришанова Е.И. ТИБЕТСКИЙ ВОПРОС КИТАЯ 169
Терпенева П.А.; Бедерина А.А. ОБРАЗ МАРИНЫ МНИШЕК В ИСТОРИИ 170
Веретнова А.А., Пестрикова В.М МОГУЧАЯ И ВЕЛИКАЯ СТРАНА… 172
Танчинец О., Малышева М. УГНАННЫЕ В ГЕРМАНИЮ 174
Карпукова Л.Э., Кучина Е.А., Мурашкина О.О. РАЗМЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ О «ДОМОСТРОЕ»: ВЗГЛЯД ЧЕРЕЗ ЧЕТЫРЕ ВЕКА 176
Акимова А.В., Шустова Т.П., Щелкунова А.А. РОЛЬ КРАСНОЯРЦЕВ В ЛИКВИДАЦИИ ЧЕРНОБЫЛЬСКОЙ АЭС 178
Устьянцева Д. БОРИС ГОДУНОВ: ЗЛОДЕЙ ИЛИ ЖЕРТВА ОБСТОЯТЕЛЬСТВ? 180

ПОДСЕКЦИЯ 13.2. ИСТОРИЯ СИБИРИ 181
Садовская К.Е. СИБИРСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРАФОН 181
Дубинкина А.В. МОЯ СЕМЬЯ В ИСТОРИИ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ 184
Роот Т.А. СОВРЕМЕННОЕ ПРОЧТЕНИЕ ПОБЕДЫ В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННЫХ ТАСЕЕВСКИХ ШКОЛЬНИКОВ 185
Орозбаева С. Ж. ОБЛАСТНОЙ СПОРТИВНО-КУЛЬТУРНЫЙ «ПРАЗДНИК СЕВЕРА» 187
Бабий А. В. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КРАСНОЯРСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО БАНКА В ГОДЫ НЭПА (1922-1929) 189
Севостьянова Я.В., Зверева А.А. «НЕ ГОРОДСКАЯ» ПОВСЕДНЕВНОСТЬ В ВОСПОМИНАНИЯХ КРАСНОЯРЦЕВ 191
Милинчук В.А. ПОРТРЕТ КОРЕННОГО НОРИЛЬЧАНИНА (НА МАТЕРИАЛАХ ИНТЕРВЬЮ ЖИТЕЛЕЙ Г. НОРИЛЬСКА 1970-Х гг. РОЖДЕНИЯ) 192
Селезнев И.П. ВЛИЯНИЕ РЕФОРМ ПЕТРА I НА БЫТ СИБИРСКИХ КРЕСТЬЯН 193
Коновалова Д. РОДОНАЧАЛЬНИК ЛЕСНОЙ НАУКИ СИБИРИ 194
Тихонова В.Ю., Патрина В.Д. ЖИЗНЬ КРЕСТЬЯН В ЕНИСЕЙСКОЙ ГУБЕРНИИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ РАЗНЫХ АВТОРОВ 196
Овчинникова А.В., Шилоносова М.А., Рыбакова Ю.В., Надеевец О.О. «ОТ СЕССИИ ДО СЕССИИ…» 198

ПОДСЕКЦИЯ 13.3. ПОЛИТОЛОГИЯ 200
Богданюк Д.А., Спирин Д.Л. РАСПАД УКРАИНЫ. СЦЕНАРИЙ РАЗВИТИЯ 200
Старовойтова К.В. СИРИЙСКИЙ КРИЗИС И РОССИЯ 201
Аросланов Р.Р., Артюшин А.С. ВОЙНА В СИРИИ 203
Лепехина В., Сомкина Т. РОССИЯ И НАТО: ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ 204
Лосов А., Галкина Н. К ВОПРОСУ О РАЗРЕШЕНИИ МИГРАЦИОННОГО КРИЗИСА В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ 206
Шокур М.А. ВОССОЕДИНЕНИЕ КРЫМА С РОССИЕЙ: ВЗГЛЯД С ЗАПАДА 208
Артемов А.О. КРЫМ ЧЕЙ? КАРТА УКРАИНЫ БЕЗ КРЫМА 210
Бортникова В. С. КРЫМ: ДВА ГОДА С РОССИЕЙ 212
Федотова В.О. ОБЕЩАНИЯ УКРАИНСКИХ ПОЛИТИКОВ ВЕРНУТЬ КРЫМ: НЕСБЫТОЧНЫЕ ФАНТАЗИИ ИЛИ РЕАЛЬНЫЕ ПЛАНЫ 215
Романова Д.С. ОЦЕНКА ДЕЙСТВИЙ РОССИИ В СИРИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ 217

Тупицина К.В. ГАЗОПРОВОД «СЕВЕРНЫЙ ПОТОК-2»: ПОЛИТИКА ПРОТИВ ЭКОНОМИКИ 220
Алябьева А.Д. ХОЛОДНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА 222
Долженко А.А. КУРДСКИЙ ВОПРОС – ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ 225
Краснов В.Е. МИНСКИЕ СОГЛАШЕНИЯ – ПУТЬ К РЕШЕНИЮ КОНФЛИКТА НА ЮГО-ВОСТОКЕ УКРАИНЫ ИЛИ ПОДГОТОВКА К ЕГО ВОЗОБНОВЛЕНИЮ? 228
Кадуцкая Е.А. ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ 230
Чечулин А.О. ПРОБЛЕМА С БЕЖЕНЦАМИ В ЕВРОПЕ НА СТРАНИЦАХ СМИ 232

ПОДСЕКЦИЯ 13.4. ФИЛОСОФИЯ 235
Власова Д.В. ЭКОЛОГИЯ ДУШИ ЧЕЛОВЕКА 235
Прохорова А.Н. ВЛИЯНИЕ ТЕХНОГЕННОГО ОБЩЕСТВА НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА 237
Шматова А.А. МИФОЛОГИЯ КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ ФОРМА БЫТИЯ 239
Клевакина В.В. И. КАНТ И КЛАССИЧЕСКИЙ ЛЕГИСТСКИЙ ПОЗИТИВИЗМ: ОБОСНОВАНИЕ ПРАВА 241
Михеева А.В. БАКУНИН М. А.: ОТ ФЕДЕРАЛИЗМА К АНАРХИЗМУ 243
Рябенко.М.А. СМЕРТЬ КАК ПРОДОЛЖЕНИЕ ЖИЗНИ 246
Шиляева Д.К. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА ПРЕСНОЙ ВОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ 248
Дикань А.А. О ВРАЩЕНИИ НЕБЕСНЫХ ТЕЛ 250
Пищур Е.В. ПРОБЛЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ 251
Шустова Т.П. К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ И РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ 252
Воронцова Т.И. ИСХОДНЫЕ КАТЕГОРИИ ФИЛОСОФИИ 253
Фризоргер А. В. УМНЫЙ ДОМ 256
Бережнева К. И. СОХРАНЕНИЕ ЛЕСА – ГЛОБАЛЬНАЯ ЗАДАЧА ЧЕЛОВЕЧЕСТВА 257
Дейниченко А.В. ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФИЛОСОФИЯ М.ФУКО: СУМАСШЕДШИЙ ДОМ, ТЮРЬМА, ШКОЛА 259
Восиев Ш.С. ПРОСВЕЩЕНИЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ПЕРЕОСМЫСЛЕНО: ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФИЛОСОФИЯ П.РИКЕРА 260
Круглова С. В. ПРОБЛЕМА СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ НА ОСНОВЕ РОМАНА Ф.М.ДОСТОЕВСКОГО «БРАТЬЯ КАРАМАЗОВЫ» 262

ПОДСЕКЦИЯ 13.5. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА 266
Алесов В.А. РУССКОЕ ДИПЛОМАТИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО КАК ОСНОВНАЯ ГАРАНТИЯ ЗАЩИТЫ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ МНОГОПОЛЯРНОЙ МОДЕЛИ МИРА 266
Банис А.С., Гусева Т.А., Янгель Л.В. ФИЛИПП ШТАЙНЕР ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ ВО ФРАНЦИИ 269
Бондарев Д.С. ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ 270
Бровко Д.С. ДОСУГ СТУДЕНТОВ (СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ) 271
Веретнова А.А., Пестрикова В.М. ПОЛИТИЧЕСКАЯ РИТОРИКА 273
Воропаева А.Е. ЭСТЕТИЧЕСКАЯ РОЛЬ ИКОНЫ 275
Гарибова Г.Ч., Зырянова О.Е. ЧЕРНАЯ РИТОРИКА 277
Головастикова М., Озерова П. ГИТЛЕР КАК ОРАТОР 280
Дансарунова Д.С. СОВРЕМЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ОРАТОРЫ 281
Жолкина К.А. ПРЕПОДАВАТЕЛИ ГЛАЗАМИ СТУДЕНТОВ 282
Золотарева Ю.А. ОСОБЕННОСТИ ЗРИТЕЛЬНОГО ОПОЗНАНИЯ ФРАГМЕНТИРОВАННЫХ ФИГУР ПРИ ШИЗОФРЕНИИ 284
Крахотин Р.Р. МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ КОНЦЕПТ 287
Носова С. Г. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ НАРКОЗАВИСИМЫХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 288
Патрина В., Тихонова В. СУДЕБНОЕ КРАСНОРЕЧИЕ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ 289

Сорочун К.О. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖИЛИЩНЫХ ПРОБЛЕМ МОЛОДОЙ СЕМЬИ ПО КРАСНОЯРСКОМУ ГОСУДАРСТВЕННОМУ АГРАРНОМУ УНИВЕРСИТЕТУ 292
Трунова Е.С., Черникова Н.А. ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ДЕТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ 294
Фишова Е.А. СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СИСТЕМЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ 296
Шабалина Н. А. АРМИЯ – ОДНА ИЗ ФОРМ ПРОЯВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ 298
Штайнерт Э. А. НАСИЛИЕ В МОЛОДОЙ СЕМЬЕ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ 299
Юнгблюд А.Е. ЧЕРНАЯ РИТОРИКА КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОБЕСЕДНИКОМ 301
Antropova E.S. TO THE PROBLEM OF SUBSTANTIATION OF NECESSITY OF LEARNING FOREIGN LANGUAGE IN ALL ITS ASPECTS 303
Chanin E.A. THE GLOBAL TENDENCIES IN THE MODERN PRODUCTIVE AND ECONOMIC ENVIRONMENT IN A SOCIETY 304
Grishina I.V. LANGUAGE AND GENDER RELATIONS 305
Kolkova V.A. LEARNING CROSS-CULTURAL ASPECT OF COMMUNICATION IS A KEY TO SUCCESSFUL GLOBAL BUSINESS 307
Markov N.D. INTERNATIONAL TERRORISM AS A GLOBAL PROBLEM OF THE PRESENT 309

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Материалы XI Всероссийской студенческой научной конференции (5 апреля 2016 г.)

Часть 4

Издается в авторской редакции

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 24.49.04.953.П. 000381.09.03 от 25.09.2003 г.
Подписано в печать 25.08.2016. Формат 60x84/8. Бумага тип. № 1.
Печать – ризограф. Усл. печ. л. 40,0 Тираж 40 экз. Заказ № 229
Издательство Красноярского государственного аграрного университета
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117