

ISSN 2310-0362

СБОРНИК ВКЛЮЧЕН  
В НАУКО-  
МЕТРИЧЕСКУЮ БАЗУ

**РИНЦ**



nauchforum.ru  
**НаучФорум**

Оставь свой след в науке



**XXXII** Студенческая международная  
заочная научно-практическая  
конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ  
№ 3(32)**

г. МОСКВА, 2016



nauchforum.ru  
**НаучФорум**  
Оставь свой след в науке

# МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 3 (32)  
Март 2016 г.

Издается с марта 2013 года

Москва  
2016

УДК 3+33  
ББК 60+65.050  
М 75

Председатель редколлегии:

**Лебедева Надежда Анатольевна** – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

**Волков Владимир Петрович** – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

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

**Захаров Роман Иванович** – кандидат медицинских наук, врач психотерапевт высшей категории, кафедра психотерапии и сексологии Российской медицинской академии последиplomного образования (РМАПО) г. Москва;

**Зеленская Татьяна Евгеньевна** – кандидат физико-математических наук, доцент, кафедра высшей математики в Югорском государственном университете;

**Карпенко Татьяна Михайловна** – канд. филос. наук, рецензент АНС «СибАК»;

**Копылов Алексей Филиппович** – канд. тех. наук, доц. кафедры Радиотехники Института инженерной физики и радиоэлектроники Сибирского федерального университета, г. Красноярск;

**Костылева Светлана Юрьевна** – канд. экон. наук, канд. филол. наук, доц. Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Москва;

**Попова Наталья Николаевна** – кандидат психологических наук, доцент кафедры коррекционной педагогики и психологии института детства НГПУ;

**Яковишина Татьяна Федоровна** – канд. с.-х. наук, доц., заместитель заведующего кафедрой экологии и охраны окружающей среды Приднепровской государственной академии строительства и архитектуры, член Всеукраинской экологической Лиги.

**М 75 Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки.** Электронный сборник статей по материалам XXXII студенческой международной заочной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2016. – № 3 (32) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/3\(32\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/3(32).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XXXII студенческой международной заочной научно-практической конференции «Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

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

Сборник входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе eLIBRARY.RU.

## **Оглавление**

<b>Секция 1. Философия</b>	<b>6</b>
ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМ ЖАН-ПОЛЯ САРТРА Агафонов Максим Александрович Федотова Людмила Фёдоровна	6
СМЫСЛ ЖИЗНИ ПЕРЕД ЛИЦОМ СМЕРТИ Артеева Анастасия Алексеевна Федотова Людмила Фёдоровна	12
ФИЛОСОФИЯ АРИСТОТЕЛЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ Бисс Алика Альбертовна Федотова Людмила Фёдоровна	17
НАУКА И РЕЛИГИЯ КАК МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ: КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СПЕЦИФИКИ И МОДЕЛЕЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ Гизбрехт Евгения Сергеевна Тарабанов Николай Александрович	23
ПРОБЛЕМА ДОБРА И ЗЛА В НАШЕ ВРЕМЯ Кочурова Катерина Алексеевна Федотова Людмила Фёдоровна	28
ОДИНОЧЕСТВО. СВОБОДА. ЛЮБОВЬ Кузнецова Анастасия Александровна Федотова Людмила Фёдоровна	35
УЧЕНИЕ ПЛАТОНА О ДУШЕ Панкрац Андрей Александрович Федотова Людмила Фёдоровна	39
АРИСТОТЕЛЬ О ДУШЕ Семёнов Юрий Евгеньевич Федотова Людмила Фёдоровна	46
АРИСТОТЕЛЬ О ПОСТРОЕНИИ ИДЕАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА Суханова Полина Александровна Федотова Людмила Фёдоровна	52
<b>Секция 2. Маркетинг</b>	<b>58</b>
ПРОБЛЕМЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ Игонин Антон Алексеевич	58
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ О ПОКУПКЕ НА РЫНКЕ B2B Капустина Варвара Андреевна	63

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОНЛАЙН-ПОКУПАТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН Москеу Мутали Кайратулы Смирнова Елена Валерьевна	68
<b>Секция 3. Менеджмент</b>	<b>74</b>
ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ Давыдова Юлия Денисовна	74
РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ Елисеев Игорь Алексеевич Васенев Сергей Леонидович	79
К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДАХ ФОРМИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ Земскова Александра Александровна Кривцов Артем Игоревич	85
РОЛЬ КОМАНДЫ В ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ Козадаева Олеся Станиславовна Печерская Эвелина Павловна	90
РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ФИТНЕС – УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА Лещенко Кристина Антоновна Корсакова Татьяна Владимировна	95
ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИМИДЖ КОМПАНИИ Ракишева Диана Кенсаевна	100
<b>Секция 4. Экономика</b>	<b>106</b>
СОСТОЯНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ Еремичева Анастасия Николаевна Кабачевская Елена Анатольевна	106
ПРОБЛЕМА ПЕРЕХОДА РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ С РСБУ НА МСФО Исакова Наида Магомеднабиевна Алиева Надживат Магомедовна	111

ПРОБЛЕМА НЕРЕГУЛИРУЕМОГО ПРОЦЕССА ПРИТОКОВ МИГРАНТОВ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ Истомина Ксения Сергеевна Дегтеренко Ксения Николаевна	117
РЫНОК: СУЩНОСТЬ, РОЛЬ, ФУНКЦИИ, СТРУКТУРА Немеш Оксана Ивановна Кабачевская Елена Анатольевна	126
ПОРТФЕЛЬ РОЗНИЧНОГО ИНВЕСТОРА Прохорова Ирина Андреевна Макеев Александр Викторович	131
ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Ровная Анна Александровна Карпович Наталья Константиновна	138
ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ Шакурова Анастасия Наилевна Мингазинова Елена Рудольфовна	144

# СЕКЦИЯ 1.

## ФИЛОСОФИЯ

### ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМ ЖАН-ПОЛЯ САРТРА

*Агафонов Максим Александрович*

*студент, кафедра промышленного и гражданского строительства,  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

*Федотова Людмила Фёдоровна*

*научный руководитель, кафедра философия и методологии образования,  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

Французский философ Жан-Поль Сартр является одним из самых ярких представителей атеистического экзистенциализма. В рамках данной работы мы сделаем попытку раскрыть его основные философские воззрения, как представителя данного направления.

Экзистенциализм начал зарождаться в начале 20 века и всего за несколько десятилетий добился широкого признания. Появившись изначально в Западной Европе, эта философия вызвала интерес прежде всего у поколения западной интеллигенции (которая на тот момент пережила Первую Мировую Войну, появление фашизма, оккупацию Гитлера) благодаря тому, что она обратилась к проблеме критических и кризисных ситуаций, в которые зачастую попадает человек в период жестоких исторических испытаний. Важную роль в экзистенциализме сыграло острейшее чувство одиночества и покинутости, оставленности Богом. Тогда казалось, что смысла ни в чем больше нет, что мир - ловушка и что бы человек ни делал - всё будет ошибкой. Экзистенциализм даже приобрёл ярлык «философия кризиса».

Экзистенциализм направляет общество на борьбу личности со всяческими проблемами нашей цивилизации, защищает наш разум от разочарований. Сторонники экзистенциализма считают главной проблемой — проблема

человека, а чтобы человек смог выстоять в этом мире, он должен иметь представление о своём внутреннем мире, о своих способностях и возможностях. Все наши действия руководятся бессознательными самополаганиями, и поэтому мы сами творим свою судьбу.

Перед экзистенциалистом человек предстаёт в виде переживающего, страдающего и трагического существа, которое обладает свободным выбором и ответственности за свои поступки. Свобода, смерть, страх, одиночество — главные темы экзистенциализма. Какова цель жизни человека? В чём заключается смысл его жизни? Какое место он занимает в мире? Как выбрать свой жизненный путь? — эти вопросы являются основными для каждого экзистенциалиста.

Человек в атеистическом экзистенциализме - существо, благодаря которому в мир приходит отрицательность как онтологическое основание свободы. Наше, выходящее за пределы, сознание является источником, основой и катализатором творческой активности человека. Сартр считает, что свобода должна быть абсолютной - иначе это не свобода. Именно онтологическое направление бытия человека на отрицание окружающего бытия-в-себе делает возможной подлинную свободу [3, с. 157].

Согласно данному суждению, мы можем отметить, что понятие свободы является основным в философском учении Сартра. Свобода является экзистенциалом человеческого существования. Свобода дает нам возможность выбора того, чем мы будем в нашем будущем. По-моему мнению, в данный отрезок времени как никогда подходят суждения Сартра. Поскольку проживая данный отрезок времени, мы делаем выбор в сторону будущей профессии, определяя специальность, которую освоим в стенах ВУЗа.

В своих размышлениях Жан-Поль Сартр охватывает широкий круг вопросов, акцентируя внимание на проблеме человека, определяя структуру и условия нашего существования. Рассуждая, он, отражает вопросы, связанные с существованием другого, отношением своего бытия к бытию другого. Данное



направление связывает сознание личности с различными феноменами, то есть человеческого существования - экзистенциалами.

Во взглядах К.С. Бакрадзе (историк философии и логики, доктор философских наук, профессор, академик АН Грузинской ССР) и В. Виндельбанда (немецкий философ-идеалист, глава баденской школы неокантианства) можно увидеть схожие точки зрения. Они заостряют внимание на том, что экзистенциалы - способы существования человека и выявления сущностного характера Я; категории человеческого бытия; ценностные узлы, квинтэссенции смыслов, целей, стремлений людей; мировоззренческие конструкции, которые задают параметры человеческого существования в мире. В западной и отечественной философии выделяют так называемые «отрицательные» - одиночество, смерть, страх - и «положительные» - вера, надежда, любовь - экзистенциалы, а также другие фундаментальные модусы существования индивидов - духовность, свобода, ответственность, творческая активность, телесность и т.п [1, с. 12; 2, с. 198].

Обращаясь к взглядам Сартра, можно увидеть, что он, определяя многообразие факторов, образующих человеческую жизнь личности с ее сознанием, использует феноменологический метод. При этом главной целью всех позиций в области философии, как он считает, является обнаружение смысла существования человека в мире. По его мнению, человек изначально является существом несовершенным, незавершенным и открытым, а его действия носят осознанный характер. На основании этого положения философ развивает концепцию субъекта. Он решает вопрос: «На что похоже человеческое существование?». Французский экзистенциализм выявляет, как индивидуальное сознание постигает свое существование в работе «Бытие и ничто», раскрывая суть двух способов существования: бытия и небытия.

Человеческое существование предстает «в-себе», «для-себя». Сознание и феномены бытия оказываются двумя полюсами человеческого отношения к миру. Существование «в-себе» как существование явления или вещи, не открыто для себя, потому что оно собой и наполнено. В-себе-бытие, бытие

как таковое, представляет собой «чистый» позитив, не прерываемый никаким небытием. Вещь не имеет ни внутренних, ни внешних качеств. Вещь не имеет сознания о себе, она просто существует. В противоположность этому, «для-себя» или сознание не обладает такой полнотой существования, потому что не является вещью. Оно есть «ничто» вследствие того, что не имеет сущности. Сознание - «дырка» в бытии. Ничто появляется лишь вместе с человеческим сознанием. Сознание также включает в себя сознание о себе, «сознание сознания» [4, с. 26].

Опираясь на высказывания Сартра, мы постоянно находимся перед выбором. При решении различных вопросов, я могу выбрать себя: или размышляющее «Я», или импульсивное «Я», или другое возможное «Я». При этом французский мыслитель отмечает, что духовность, предполагающая телесность, является экзистенциалом человеческого существования. Важным моментом является то, что жизнь личности приобретает смысл в том, что человек в целом ответствен за нее.

Свобода подразумевает под собой ответственность. Суждения философа направлены на то, что человек ответствен как за свою индивидуальность, так и за всех остальных людей. Люди создают себя сами, исходя из собственного свободного выбора, который связан с нами ответственностью. Необходимость свободного выбора - фундаментальная посылка экзистенциализма [4, с. 93].

Рассматривая тему смерти в своих трудах, Сартр, особое внимание акцентирует на том, что смерть абсурдна. Экзистенциальный смысл смерти другой - она вовсе не кончала бы жизнь, а завершала ее. Связь смерти и страха в рассуждениях философа имеют общие точки соприкосновения. Страх отражается и описывается в понятиях: тревога, беспокойство, боязнь, ужас и т.п. Понятия смерть и страх у Сартра взаимосвязаны.

Помимо смерти и страха Сартр затрагивает проблемы веры, надежды и любви, которые в свою очередь трактуются как самообман, но при этом являются неизбежной составляющей свободы. Сознание постоянно проектирует воплощение себя, воплощаясь, ассоциирует себя с тем, чем было.

Как раз это колебание между прошлым и будущим через настоящее образует противоречие человеческого духа. Данная структура сознания представляет колебания между заблуждением и истиной, отчуждением и свободой. Вера и любовь, по мнению Сартра - иллюзии людей, а надежда – проекция нашего будущего.

Итак, в философской концепции Сартра свобода является основным экзистенциалом человеческого бытия. Взгляды Сартра - это особый способ мышления, для которого характерно следующее: «Экзистенция» - способ бытия человеческой личности, которые является центральным ядром человеческого «Я», с помощью которого оно выступает как неповторимая человеческая личность.

Таким образом, основной смысл суждений Сартра сводится к тому, что личность - самоцель, коллектив - средство, дающее возможность материального существования составляющих его индивидов. Общество обеспечивает возможность свободного духовного развития каждой личности. Значение общества отрицательно, поскольку свобода, предоставленная индивиду, это свобода в экономическом и политическом плане. А настоящая свобода начинается в мире духовной жизни личности, где индивиды сталкиваются не как производители материальных благ и не как субъекты правовых отношений, а как экзистенции. Согласно Сартру, человек свободен в том смысле, что он сам «проектирует», создает себя, выбирает себя, не определяясь ничем, кроме собственных мыслей, сущность которых - в полной независимости от чего бы то ни было.

Профессия инженер-строитель, выбранная мною, достаточно интересная и творческая специальность. Продуктом креативной деятельности, то есть воплощением свободы деятельности, является строительство автодорог, мостов, зданий, современных сооружений и т.д. Свобода деятельности данной специальности отражает связь работы архитекторов и строительных инженеров. На современном этапе достаточно важно организовать работу

в строительстве, учитывая большую конкуренцию и высокий уровень потребности в опытных и высококвалифицированных специалистах.

Обладая свободой мысли, инженер-строитель может умело внедрять свои творческие решения, демонстрирует профессиональные качества: аккуратность, креатив, умение отстаивать свою точку зрения, объективно выражая свою позицию и т.д. Специалист, умеющий демонстрировать профессиональные знания в проектировании и строительстве, способен принести пользу обществу, а созданный им продукт будет служить не одному поколению.

### **Список литературы:**

1. Гагарин А.С. Экзистенциалы человеческого бытия: одиночество, смерть, страх. От Античности до Нового времени. - Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та. 2001. – 372 с.
2. Золотухина-Аболина Е.В. Философская антропология. - М.; Ростов н/Д.: МарТ. 2006. - 240 с.
3. Сартр Ж.-П. Тошнота. Избр. произв. - М.: Политиздат, 1992. - С. 15–176.
4. Сартр Ж.П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии. - М: Республика, 2002. - 640 с.
5. Философия: Учебник для вузов / В. В. Миронова. – М.: Норма, 2005. — 928 с.

## СМЫСЛ ЖИЗНИ ПЕРЕД ЛИЦОМ СМЕРТИ

**Артеева Анастасия Алексеевна**

*студент 1 курса кафедры промышленного и гражданского строительства  
Ухтинского государственного технического университета,  
РФ, г. Ухта*

**Федотова Людмила Фёдоровна**

*научный руководитель, кафедра философии и методологии образования,  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

Тема смысла жизни и смерти на протяжении многих веков остается важной для каждого человека. Каждый задумывается о том, как стоит проживать свою жизнь, зная, что он живет один раз и смерть неизбежна. Восприятие смерти является одной из вечных проблем философии. Обратив внимание на слова стоиков: «Размышляй о смерти, если хочешь научиться жить», можно поставить вопрос о том, как влияет восприятие смерти на жизнь людей, как изменяет сознание и мир человека.

Данная тема является интересной и значимой для меня, так как я хочу разобраться и понять: правда ли мысль о смерти несёт столь важную роль в нашей жизни, попытаться углубиться в этот феномен. Возможно, мы живем, не придавая этому особого значения, но при этом мы пытаемся достичь в жизни каких-то высот. Но если мы знаем, что конец жизни неизбежен, зачем же стараться прожить её достойно?!

Принято считать, что человек, осознавая мысль о смерти, пытается направить свою жизнь в правильное русло, прожить ее достойно, что эта мысль дает некий толчок, стимул каждому человеку. Ведь размышляя об этом, мы понимаем всю важность нашей жизни. Самоответственность, самодисциплина, являются важными атрибутами в формировании смысла жизни у индивида. Отсюда и формируются любовь к жизни, инстинкт самосохранения, стремление к счастью. Человек должен верить в смысл, которым обладают его поступки для того, чтобы жить и активно действовать. Человек не изобретает смысл, а находит его в мире объективной

действительности, именно поэтому он выступает для человека как императив, требующий своей реализации[3, с. 213].

Смысл жизни, смысл бытия - философская и духовная проблема. В вопросе о смысле жизни нельзя не обратиться к античной философии. В ней данный вопрос раскрывается по-разному. Сократ смысл жизни видел в счастье, достижение которого связано с добродетельной жизнью, знанием нравственных понятий. Он считал, что стремиться к мудрости – это и есть смысл жизни человека. Делать всякое благо, не думая о деньгах, сохранять в себе человеческие, душевные качества являлось для него главным [1, с. 1]. Аристотель полагал, что целью всех человеческих действий является счастье, которое состоит в осуществлении сущности человека. «Счастье есть смысл и назначение жизни, единственная цель человеческого существования» - говорил он. Человек для него – это, прежде всего, интеллект и высшее благо неотделимо от самосовершенствования [2, с. 31].

Проблему смерти философия рассматривает с точки зрения её осмысления. В античной философии тема смерти занимает заметное место, а в школах Платона, Эпикура и Стоиков она является одной из главных. Главный императив античной философии состоит в том, чтобы выработать презрение к смерти. Презрение смерти означало быть свободным человеком. Свободный человек – это тот, кто проживает свою жизнь достойно, и так же достойно проявляет себя перед лицом смерти. Считали, что каждый должен научиться смерти, а значит в любой момент быть готовым спокойно её принять [5, с. 3].

На других этапах развития европейской философии вопрос о смысле жизни несет такой же разнообразный характер. Особое внимание хотелось бы уделить Канту, человеку, чьи труды оказали огромное влияние на развитие философской мысли. Кант смысл жизни видел в следовании принципам нравственного долга. Он считал, что смысл жизни не существует сам по себе, он живет в осознании индивидом своего бытия и является проявлением личности человека. Именно данный смысл помогает человеку в трудных жизненных ситуациях следовать этическому закону. Он говорил: «Смерти

меньше всего боятся те люди, чья жизнь имеет наибольшую ценность» [6, с. 11]. Ницше же смысл жизни видел в «воле к власти». Он считал, что все что хочет жить, должно иметь энергию, усилия, стремления для того, чтобы подняться, встать и выстоять. Желание жить возможно лишь благодаря неустанному возрастанию [7, с. 286]. Смысл жизни он видел в том, чтобы добиться реализации своего «Я», делая ставку на интеллектуальную и физическую силу. Вся человеческая жизнь в его понимании есть искание лучших ценностей, которыми мы обладаем. Если у человека не будет цели и смысла, то тогда просто напросто этого человека не будет. «Убейте в человеке веру в его цель, и вы убьете в нем человека. Примиритесь с существованием, в котором не видишь цели и смысла, значит в конце концов отречься от разума» - пишет русский философ Е. Н. Трубецкой [4, с. 44].

В вопросе о жизни и смерти нельзя не отметить роль экзистенциализма. По экзистенциальной философии человек есть временное конечное существо, предназначенное к смерти. Человек задумывается о смысле жизни потому, что есть смерть. Человек бессознательно пытается убежать от смерти, тем самым он ведет активную жизнь, ставит перед собой цели. Это заставляет проявлять чувство ответственности за свою жизнь. По мнению философов-экзистенциалистов XX в. проблема смерти особенно значимой становится в критических ситуациях человека. Он может на протяжении своего существования не придавать большого значения смерти, до того момента пока его жизнь не станет подвергнута. И только с этого момента человек начинает задумываться о смысле прожитой жизни, происходит переоценка ценностей, мир человека в какой-то степени меняется. Примером является то, что некоторым людям, пережившим возникновение смерти, свойственно более глубокое понимание своего существования, особенное отношение к каждому прожитому дню [9, с. 1].

Ирвин Ялом, американский психотерапевт, в своем произведении «Экзистенциальная психотерапия» пишет: «В 1926 году Мартин Хайдеггер изучал вопрос о том, от чего идея смерти уберегает человека, и у него состоялся

важный инсайт: сознание предстоящей личной смерти пробуждает нас к переходу на более высокий модус существования. Хайдеггер считал, что имеются два фундаментальных модуса существования в мире: 1) состояние забвения бытия, 2) состояние сознавания бытия» [10]. Первый модус, модус забвения бытия означает то, что человек живет в мире вещей, и вещи обладают бытием. Второй модус несет в себе то, что человек осознает свое бытие и ответственность за него. Хайдеггер считал, что большинство людей пребывает в первом модусе, и только переборов смерть, ощутив какой-то эмоциональный всплеск, человек переходит во второй модус.

А что если поставить вопрос о том, имела ли бы смысл жизнь, будь мы бессмертны. Г. Л. Тульчинский, доктор философских наук, заслуженный деятель науки РФ, считает, что «сама мысль об индивидуальном бессмертии человека просто несовместима с идеей смысла жизни... Поступки бессмертного существа, имеющего «достаточное время» в будущем (да и имевшего его в прошлом) для своего совершенствования, не могут подпадать под оценки с позиций добра, гуманности и так далее. Его существование лишено ценностей, идеалов, ответственности, оно неморально» [8, с. 393]. Так же есть и другие мнения, связанные с этим вопросом.

Возможно, теория Г. Л. Тульчинского является абсолютно правильной. Мы не можем сказать об этом точно, так как ни один человек не является бессмертным. Но мы и не можем отвергать эту идею, поскольку на протяжении всей жизни мы ставим перед собой цели, идем вперед, пытаемся совершенствоваться, имеем определенные ценности и несем ответственность за свою жизнь, зная о предстоящей смерти.

Мысли о смерти, о том, что наша жизнь не бесконечна, играют важную роль в нашей жизни, они дают нам стимул для достижения целей, которые каждый человек ставит перед собой на протяжении всего существования. Можно сказать, что осознание смертности является импульсом человеческой активности, творчества, саморазвития. Поэтому каждый человек, осознавая, что жизнь одна, пытается прожить её достойно, достигать в жизни каких-то высот



для собственного комфорта. Смерть является сильной мотивацией, так как мы понимаем, что жизнь ограничена, и это мотивирует нас использовать жизнь по максимуму. Мысли о смертности позволяют задумываться о том, что мы ценим в жизни.

### **Список литературы:**

1. Античные философы о смысле жизни. Сократ – [Электронный ресурс]. – URL: <http://krasnov.tv/antichnye-filosofy-o-smysle-zhizni-sokrat> (Дата обращения 20.02.2016).
2. Аристотель. Никомахова этика – [Электронный ресурс]. – URL: [http://royallib.com/read/aristotel/nikomahova\\_etika.html#0](http://royallib.com/read/aristotel/nikomahova_etika.html#0) (Дата обращения 21.02.2016).
3. Голубаева Г. А. Этика. – М.: Экзамен, 2007. – 320 с.
4. Трубецкой Е.Н. Философия Ницше. Критический очерк. – М.: 1904. – 161 с.
5. Жизнь. Смерть. Бессмертие – [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.sibstrin.ru/files/zhizn\\_smert\\_bessmertie.pdf](http://www.sibstrin.ru/files/zhizn_smert_bessmertie.pdf) (Дата обращения 05.03.2016).
6. Кант И. Сочинения в шести томах. Том 6. – М.: Наука, 1966. – 743 с.
7. Ницше Ф. Воля к власти. Опыт переоценки всех ценностей. – М.: Культурная революция, 2005. 880 с.
8. Тульчинский Г. Л. Танатология // Проективный философский словарь: новые термины и понятия / под ред. Г. Л. Тульчинского, М. Н. Эпштейна. СПб.: Алетейя, 2003.
9. Экзистенциализм – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.grandars.ru/college/filosofiya/ekzistencializm.html> (Дата обращения 06.03.2016).
10. Ялом И. Экзистенциальная психотерапия. – М.: Класс, 1999.

## **ФИЛОСОФИЯ АРИСТОТЕЛЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

*Бисс Алика Альбертовна*  
*студент кафедры ПГС, УГТУ,*  
*РФ, г. Ухта*

*Федотова Людмила Фёдоровна*  
*научный руководитель, кафедры ФиМО, УГТУ,*  
*РФ, г. Ухта*

Современный мир – это сложная, динамичная, целостная система. Правильное и всестороннее понимание современного мира невозможно без определённых философских представлений. Они помогают осмыслить действительность в развитии, в единстве всех её законов и противоречий, понять место человека в современном мире, смысл его жизни и ряд других сложных проблем [7, с. 12].

Философская культура – важная составная часть общей культуры человека, формирование которой – насущная потребность наших дней. В условиях происходящих глубоких перемен крайне необходимо отказаться от устаревших стереотипов, застывших догм, умозрительных схем и в мышлении, и в практической деятельности. А потому, надо уметь мыслить, и действовать конструктивно-критически, творчески, созидательно, то есть диалектически. Чтобы овладеть этим искусством, нужна большая работа по всестороннему освоению всего богатства мировой философии [9, с. 1].

Начиная с античных времён, философия как учение о бытии и условиях его познания становится одним из видов профессиональной деятельности людей, специально посвятивших ей свою жизнь и творчество, – философов. Но профессиональная философия стала возможной лишь потому, что почти каждый человек в душе своей немножко философ.[9, с. 1]

Данная статья посвящена анализу учений одного из самых великих философов – Аристотеля и его влиянию на развитие современных наук. В 2016-м году исполняется **2400 лет со дня рождения этого великого**

**греческого мыслителя.** По решению ЮНЕСКО этот год объявлен **Годом Аристотеля.**

Громадное трудолюбие и огромный ум, любовь к истине, сосредоточение всех своих усилий в сфере науки, способность организовать труд и сплотить учеников вокруг научной работы, наконец, внешние условия и независимость - все это было необходимым для того, чтобы сделать в философии и науке то, что сделал Аристотель [1, с. 23]

Философия, понимаемая в то время наиболее широко как «познание истины», получила в работах Аристотеля настолько широкое толкование, что стала актуальной конкретизация ее предмета. Аристотель вначале выделил логику, как подготовительную дисциплину, а затем разделил философию на две большие части: на теоретическую и практическую. Это деление надвое он обосновывал как тем, что разум выполняет двойные функции (познание принципов бытия и принципов деятельности), так и тем, что мы можем вести двойной образ жизни (жизнь исследовательскую и жизнь практическую). [4, с. 27].

В практической философии он выделял две главные сферы - этику и политику, которым подчинил такие вспомогательные дисциплины, как риторика, экономика и поэтика (хотя ранее он считал поэтику самостоятельной дисциплиной). Теоретическую философию он разделил на физику, математику и метафизику (первую философию). Основой такого деления был уровень абстракции, наименьший в физике, больший в математике (которую он понимал широко и куда, кроме арифметики и геометрии, включал еще целый ряд наук, черпавших из арифметики и геометрии свои принципы, - имелись в виду музыка, оптика или перспектива, астрономия и механика). Метафизика своим предметом имеет бытие как таковое, причем рассматриваются только общие характеристики бытия, а все частные проблемы его формирования остаются в ведении других наук. Метафизика – истинное ядро философии Аристотеля, а ее выводы указывают на характер других специальных разделов, таких как учение о Боге, о природе или о душе. В седьмой главе «Метафизики»

Аристотель пишет, что материя – это один из смыслов субстрата наряду с формой и тем, что состоит из материи и формы. При этом делает вывод, что материя в этой триаде выступает в роли материала, то есть непосредственно той субстанции, из которой состоит тело. Это можно понять хотя бы из такой фразы Аристотеля: «...под материей же я разумею, например, медь, под формой – очертание, образ, под тем, что состоит из обеих – то, что из них состоит» [5, с. 1].

Исходя из критики платоновских «чистых идей», находящихся вне вещей, Аристотель попытался создать теорию, согласно которой сущность находится в самих вещах. Каждая конкретная чувственная вещь представляет собой единство «материи» и «формы». «Форма» понимается Аристотелем как сущность вещи. «Форма» в то же время нематериальна, но она не есть нечто внешнее по отношению к материи. Материя и форма - это «то, из чего состоят вещи». Каждая вещь выступает как оформленная материя [4, с. 25].

Аристотель считал, что в любой науке исследования нужно вести с изучения единичных вещей с помощью восприятия через чувства. Он был сторонником индукции – движения от частного к общему. Аристотель предметно изучал метафизику, объясняя бытие четырьмя причинами: материальной, формальной, целевой и движущей. Например, когда строится дом, то «материей» при этом процессе будут кирпичи, «формой» – замысел (план) дома, причиной движения, или действующей причиной, – деятельность строителя, а целью – назначение дома [4, с. 1].

Профессор, декан философского факультета МГУ В. Миронов, основываясь на учении Аристотеля о бытии утверждает, что «метафизика Аристотеля отождествлялась с наукой о бытии (онтологией) и выступала как знание о сверхчувственных принципах и началах бытия». Им дана высокая оценка философским достижениям Аристотеля, после него образовался определенный вакуум в исследованиях метафизики и даже деградация уровня исследования.[6, с. 1].

Аристотель является создателем философских категорий, которые объясняют с научной точки зрения, что такое бытие. В своей работе «Категории» Аристотель выделяет десять философских категорий (сущность, количество, качество, отношения, место, время, состояние, обладание, действие, страдание). Одна из категорий говорит о том, что такое бытие, а девять остальных дают его характеристики. Бытие – это сущность (субстанция), обладающая свойствами количества, качества, места, времени, отношения, положения, состояния, действия, страдания [8, с. 1]. Спустя две с лишним тысячи лет работу Аристотеля по систематизации категорий философии успешно продолжили представители немецкой классической философии. Это означает, что наиболее фундаментальные философские проблемы обладают большой устойчивостью и постоянством, хотя предлагаемые варианты их решения все время меняются.

При рассмотрении любой проблемы Аристотель, прежде всего, стремился выяснить, что об этом думали до него, поэтому историко-философскими экскурсами пронизаны все его труды. Аристотель – первый мыслитель в философии, воспринимавший самого себя как звено в историческом развитии науки. Он является создателем идеи исторического развития мысли. Эта идея развития никогда вообще его не покидает. Основная мысль его философии – это «выраженная форма, жизненно развивающаяся» [7, с. 42].

Аристотель обосновал происхождение мира и человека, с точки зрения материализма. Он считал, что человек по биологической сущности является одним из видов высокоорганизованных животных; отличается от животных наличием мышления и разума; имеет врожденную склонность жить вместе с себе подобными (то есть жить в коллективе). Именно последнее качество – потребность жить в коллективе – приводит к возникновению общества – большого коллектива людей, занимающегося производством материальных благ и их распределением, проживающего на одной территории и объединенного языком, родственными и культурными связями. Регулирующим механизмом общества (защита от врагов, поддержание внутреннего порядка, содействие экономике и так далее) является государство. [3, с. 69].

Форму государственного правления Аристотель характеризует как политическую систему, олицетворяемую верховной властью в государстве. Государство, по Аристотелю, образуется вследствие природного влечения людей к общению. Политическое устройство есть тот порядок, который лежит в основании распределения государственных властей и определяет собою как верховную власть, так и норму всякого в нем общежития. В зависимости от числа властвующих (один, немногие, большинство) определяется форма государства. При этом существуют как правильные, так и неправильные формы правления. Критерием правильных форм правления является их служение общим государственным интересам, неправильных – стремление к личному благу, выгоде. Тремя правильными формами государства являются монархическое правление (царская власть), аристократия и полития (полития – это правление большинства, объединяющее в себя лучшие стороны аристократии и демократии). Ошибочными, неправильными являются тирания, олигархия, демократия [1, с. 25].

Взгляды и учения Аристотеля ценились не только во время его жизни, но и спустя столетия. Его уважали арабские философы последующих веков, к нему трепетно относились схоласты христианского Средневековья, а гуманисты, отвергавшие схоластическое учение, еще больше ценили его труды. [9, с. 1] Творчество Аристотеля в области философии и науки считается вершиной античной мысли. Он подвел итог развитию целого периода в древнегреческой культуре – с ее начала вплоть до IV века до рождения Христа. Ему принадлежит заслуга в систематизации знаний и выделении ряда научных областей, которые в последующем стали отпочковываться в самостоятельные направления. [10, с. 1]

В качестве эпилога я, как студентка, получающая очень земную профессию строителя, пытаюсь ответить на вопрос: «Зачем специалисту по строительству заниматься изучением философии, в том числе и философией Аристотеля?» Всеми миру природы свойственна бесконечная текучесть или изменчивость, и натурфилософия Аристотеля берет за основу анализ процесса изменения. Каждое изменение нарушает непрерывность. Оно начинается с

отсутствия чего-то, приобретаемого в процессе изменения. Так, строительство дома начинается с чего-то бесформенного, а завершается упорядоченной структурой, или формой [9, с. 1]. И вот качественное понимание изменений дает строителю возможность объективной оценки построения здания с точки зрения его функционирования. Применение таких наук, как физика и химия, родоначальником которых был Аристотель, способствует профессиональному выбору места и способа строительства, а также решению из каких материалов необходимо строить, поэтому изучение философии Аристотеля положительно влияет как на кругозор, так и на специальные знания будущего строителя.

### **Список литературы:**

1. Владислав Татаркевич. История философии. Античная и средневековая философия – [Электронный ресурс] – <http://e-libra.ru/read/224379-istoriya-filosofii.-antichnaya-i-srednevekovaya-filosofiya.html> (Дата обращения 29.01.2016).
2. Какое влияние на науку оказал Аристотель – [Электронный ресурс] <http://www.kakprosto.ru/kak-838707-kakoe-vliyanie-na-...>, (Дата обращения: 03.02.2016).
3. Кохановский В.П. Философия: конспект лекций /В. П. Кохановский, Л. В. Жаров, В. П. Яковлев // Феникс. – 2010. – 192 с.
4. Кириленко Г.Г. Философия. – [Электронный ресурс] [http://society.polbu.ru/kirilenko\\_philosophy/ch05\\_i.html](http://society.polbu.ru/kirilenko_philosophy/ch05_i.html) (Дата обращения 05.02.2016).
5. Метафизика Аристотель книга 7 глава 3 – [Электронный ресурс] – <http://www.tradiciadrevnih.ru/822.php> (Дата обращения 04.02.2016).
6. Наследие Аристотеля в интерпретации современной философии – [Электронный ресурс] – [http://dbs.sfedu.ru/www/sfedu\\$news\\$.show\\_full?p\\_news=](http://dbs.sfedu.ru/www/sfedu$news$.show_full?p_news=) (Дата обращения: 10.02.2016).
7. Опёнков М.Ю. История философии. – [Электронный ресурс]: – Авторский курс лекций / М.Ю. Опёнков А, 1999. – Электронная книга.
8. Философия Аристотеля – [Электронный ресурс] – <http://education-filosof.ru/otvety-na-voprosy-po-filosofii-filosofiya-aristotelja-2.html> (Дата обращения 10.02.2016).
9. Философское учение Аристотеля – [Электронный ресурс] – [http://stydent.do.am/publ/filosofija/filosofskoe\\_uchenie\\_aristotelja/3-1-0-29](http://stydent.do.am/publ/filosofija/filosofskoe_uchenie_aristotelja/3-1-0-29) (Дата обращения 07.02.2016).
10. Философия Аристотеля – [Электронный ресурс] – <http://pandia.ru/text/77/515/92890.php> (Дата обращения 02.02.2016).

## **НАУКА И РЕЛИГИЯ КАК МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ: КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СПЕЦИФИКИ И МОДЕЛЕЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

*Гизбрехт Евгения Сергеевна*

*студент Философского факультета  
Томского государственного университета,  
РФ, г. Томск*

*Тарабанов Николай Александрович*

*научный руководитель, канд. филос. наук, доц.  
Томского государственного университета,  
РФ, г. Томск*

Пересмотр общепринятого отношения к науке – один из исторических узлов XX века. Принятое утверждение о том, что границы науки совпадают с границами некоторого типа рациональности, определило интерес к внерациональным формам познания в современной эпистемологии [3, с. 6]. Связан с этим и вопрос о соотношении науки и религии, который также привлекает внимание исследователей [2, 3, 4, 8], поскольку позволяет, с одной стороны, отчётливее выделить характеристики исследуемых объектов, а с другой стороны, готовит основания для совместного познавательного проекта науки и религии, фиксируемого в некоторых концепциях.

Эпистемологические характеристики науки широко освещены в специальной литературе, тогда как религия как способ познания является более экзотическим предметом научной или философской дискуссии. Ставится также вопрос о том, допустимо ли называть религиозное описание мира знанием. Для разрешения этой проблемы представляется целесообразным рассмотрение двух фундаментальных способов определения знания.

Одним из таких способов является описание знания как обоснованной истинной веры [5, с. 256]. Такое определение применимо к знанию, доставляемому религией следующим образом: возможные основания представлены в таблице 1, тогда как вопрос об истинности религиозного описания мира остаётся дискуссионным.



К такому же результату приводит и рассмотрение каузальной теории, которая называет знание правильным мнением с объяснением, в силу которого это мнение является истинным [5, с. 263]. Таким образом, сомнение в познавательной функции религии допустимо только при наличии достаточных оснований для признания религиозного знания ложным.

В качестве такого основания выдвигается, как правило, несоответствие научных данных и того, что о действительности говорит религия. Такая точка зрения берёт начало в эпохе классической рациональности. Современный эпистемологический подход, который маркирует не связанные с наукой способы познания как внерациональные (а не как иррациональные) [3, с. 6] открывает дорогу многоаспектному анализу возможного, действительного и желательного взаимодействия науки и религии.

Его условием также является сличение эпистемологических характеристик исследуемых способов познания. Попыткой такого рода является статья К. Х. Делокарова «Закончилось ли противостояние науки и религии?», часть содержания которой представлена в таблице 1 [4, с. 78]. Идея веры как общего метафизического основания науки и религии выдвигается К. В. Воденко [3, с. 5].

**Таблица 1.**

**Сопоставление познавательных характеристик науки и религии**

	<b>Наука</b>	<b>Религия</b>
<b>Философские основания</b>	вера	вера
<b>Критерий истинности</b>	логика, эмпирические данные (эксперимент)	чувство*
<b>Предмет исследования</b>	бесконечная природа	священный текст с бесконечной областью интерпретаций
<b>Характер знания</b>	относительный	абсолютный
<b>Характер истин</b>	общеобязательный*	необщеобязательный*

*Примечание: \* - показатели, которые, как представляется, требуют доработки или пересмотра*

Так, понимание чувства как критерия истинности религии вызывает сомнения. Традиция определения некоторых религиозных аспектов через

чувство восходит к Шлейермахеру [7], который, впрочем, рассматривал чувство в качестве объекта религиозного отношения. Однако сам автор подхода в более поздних сочинениях такое определение пересматривает, тем самым признавая, что источник религии такого рода необходимо конкретизировать [1, с. 113]. Думается, необходимость уточнения того, какое именно чувство имеется в виду, являет себя и при рассмотрении его как критерия истинности результатов религиозного познания. По нашему мнению, целесообразным является упоминание в данном контексте сверхэмпирического опыта, к чему отсылает современная религиоведческая традиция [1].

В пункте «Характер истин» не учитывается социальный аспект существования науки и религии, например, наличие противоборствующих научных теорий и их сторонников, (что ставит под сомнение общеобязательность научных истин), а необщеобязательность религиозных истин не ссылается на их претензии на описание действительного положения вещей, которое должно быть принято не только в рамках нынешнего сообщества верующих.

Впрочем, отдельные уточнения не мешают заметить сходные и сопоставимые параметры науки и религии, которые создают возможность рассмотрения взаимоотношений этих способов познания в рамках нескольких моделей.

Наиболее популярной системой, описывающей взаимодействие науки и религии, является концепция Иена Барбура, которая объединяет 4 типа соотношений между ними: конфликт, независимость, диалог и интеграцию. Несмотря на то, что приведённая модель зачастую рассматривается как универсальная, сам И. Барбур указывал на её неполноту. Данная особенность схемы не может быть признана недостатком, поскольку автору она была необходима для обоснования допустимости и желательности диалога и, в некоторой степени, интеграции [2, с. 91]. Конфликт и независимость, по нашему мнению, вводятся в понятийный аппарат как противопоставленные диалогу и интеграции соответственно объекты критики. Необходимость этой

критики обусловлена поддержкой, оказываемой современными философами и учёными моделям конфликта и диалога.

Тем не менее, исследование соотношения науки и религии, ставящее себе иную, чем у Барбура, цель, требует и иного инструментария. Несмотря на то, что попытки пересмотра барбуровской системы предпринимались [9], они базировались в большей степени на смене описаний каждого из типов, а не на пересмотре дополнительных критериев, лежащих в основании классификации. Между тем, думается, критерии, предложенные И. Барбуром, могли бы служить отправной точкой для разработки полной и корректной схемы соотношения науки и религии, будучи в достаточной степени развиты.

Дополнительное содержание этих 4 типов взаимодействия науки и религии также может быть представлено в таблице.

**Таблица 2.**

**Дополнительные характеристики содержания модели И. Барбура**

<b>Характеристики модели</b>	<b>Конфликт</b>	<b>Независимость</b>	<b>Диалог</b>	<b>Интеграция</b>
<b>Области исследования</b>	общие или пересекающиеся	разные	общие или пересекающиеся	общие или пересекающиеся
<b>Методы исследования</b>	разные	разные	сходные	разные
<b>Характер результатов</b>	несовместимые	несопоставимые	сопоставимые	совместимые

Сопоставление по выделенным в левом столбце показателям в перспективе может помочь оценить корректность и полноту вышеприведённой концепции Барбура.

Проблема взаимоотношений науки и религии предполагает также и оценку каждого из возможных типов взаимодействия с точки зрения его возможности и познавательной продуктивности. Понимание предмета исследования религии как священного текста (табл. 1) исключает конфликт этого способа познания с наукой из пределов логически возможного: бесконечная область интерпретаций не может находиться в противоречии с научно установленными фактами. Остальные способы взаимодействия являются логически

возможными, но наибольшую эвристическую ценность предполагают диалог и интеграция, поскольку они не исключают ни науку, ни религию из способов познания и не ограничивают сферу их применения.

Таким образом, изучение специфики науки и религии как способов познания во взаимодействии, будучи актуальной исследовательской проблемой, требует соответствующей разработки понятийного аппарата, основой которого могла бы стать модель И. Барбура. В настоящее время создание такой схемы соотношения науки и религии, которая могла бы быть включённой в философский дискурс, остаётся целью последующих работ.

### **Список литературы:**

1. Аванесов С.С. Философия религии: курс лекций / С.С. Аванесов. – Томск, 2003. – 192 с.
2. Барбур И. Религия и наука: история и современность / И. Барбур. – Библиейско-богословский институт св. апостола Андрея, 2000. – 430 с.
3. Воденко К.В. Наука и религия: возможность когнитивно-когитального единства // Вестник МГОУ. - 2011 г. - №1. С. 5–10.
4. Делокаров К.Х. Закончилось ли противостояние науки и религии? // Общественные науки и современность. - 1996. - № 1. С. 74–84.
5. Лоу С. Философский тренинг / С. Лоу. – М., 2007. – 352 с.
6. Социальная эпистемология: идеи, методы, программы. – М., 2010. – С. 566–585.
7. Шлейермахер Ф.Д. Речи о религии к образованным людям, её презирающим / Ф.Д. Шлейермахер. – М., 1911. – 390 с.
8. Naught John F. Science and Religion: From Conflict to Conversation. John F. Naught. - New Jersey, 1995. - 227 p.

## **ПРОБЛЕМА ДОБРА И ЗЛА В НАШЕ ВРЕМЯ**

***Кочурова Катерина Алексеевна***

*студент 1 курса, кафедры промышленного и гражданского строительства,  
Ухтинского государственного технического университета,  
РФ, г. Ухта*

***Федотова Людмила Фёдоровна***

*научный руководитель, кафедры философии и методологии образования,  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

Проблема добра и зла - одна из древнейших проблем человечества. О ней всегда говорили, и будут говорить. Тема исследования относится к числу «вечных» проблем, которые связаны с поиском «новых» этических истин, но не потерявших своей значимости, как для человека, так и для всего мира в целом. Что такое добро и зло?; для чего нужно совершать добро?; как произошли добро и зло?; в чем критерий добра и зла?; - все эти вопросы задает себе человек на протяжении истории своего существования. Выше представленные вопросы связаны с одним главным вопросом - вопросом о высшей ценности, которую человек обуславливает как благо или добро [12, с. 36].

Актуальность проблемы добра и зла определила ее становление на самых ранних этапах этики и это напрямую связано с современным состоянием мира. На Западе и в России в последние годы сильно увеличился интерес к этическим. Это можно увидеть в статьях и работах, авторы которых ставят проблему нравственной деградации человеческого общества, разрушение его ценностных ориентиров. В современном российском обществе, для которого характерна переоценка ценностей, которая вызвана несостоятельностью прежних традиционных норм поведения, остро стоит проблема добра и зла. Прежде всего нужно отметить то, что переоценка ценностей связана с постепенно распространяющейся формализацией представлений о добре. Влечение к добру и совершение добра представляются некими принципами, которые навязаны нормами, обусловленными кем-то и не понятно на что они

даны. В наше время пропадает смысл делания добра. Моральные нормы, которые должны быть регулятивами поведения, воспринимаются как внешние, иногда оторванные от жизни и, следовательно, невыполнимые и ненужные. Огромную разницу между тем, что должно соответствовать нравственному закону и что на самом деле есть замечает Кант. Проблема добра и зла связана с проблемой человека. Как жить людям в современном мире?; каким ценностям следовать в своей жизни?; к чему стремиться? и зачем нужно творить добро? - на все это нам должна ответить этика [11].

Основные понятия этической науки, воссоздающие наиболее важные элементы морали - это благо, добро и зло. Это самые важные категории морального сознания и этики человека, так как они связывают все имеющее положительное и отрицательное нравственное значение. Данные понятия - это объективно существующие явления в сознании социума, включая и каждого его члена, а не только теоретические конструкции, которые образуют понятийный аппарат теории этики. Благо - наиболее общее понятие в философии, которое служит для обозначения положительной ценности [1, с. 100]. Аристотель, представитель классического этапа античной философии, в «Никомаховой этике» характеризовал благо так: «Если у того, что мы совершаем, существует какая-то цель, которая желанна нам сама по себе, причем остальные цели желанны ради нее и не каждую цель мы избираем ради иной цели, то ясно, что эта цель и есть благо, т.е. наивысшее благо» [2].

В зависимости от того, с индивидуальной или общественной позиции осуществляется оценка ситуаций и деятельность людей, можно выделить не малые различия. По их оценке, добрые поступки являются менее добрыми, а недобрые - еще более не добрыми. С персональной позиции добро понимается как польза, а зло, соответственно понимается как вред. Эти данные указывают на то, что, как только какая-либо ситуация или действие начинают рассматриваться с индивидуальной позиции, добро становится очень похожим напользу, а зло кажется как вред.

На протяжении всех веков, представления о добре и зле менялись у разных народов. Даже древнегреческие философы пробовали дать определение этих понятий. К примеру, Сократ утверждал, что только ясное понимание того, что такое добро и зло, содействует правильной жизни и познанию самого себя. Он считал, что между добром и злом есть очень большое различие, и он видел его в степени добродетели и осведомленности человека. Никто не совершает зла по своей воле, специально, а лишь по незнанию, утверждал он. Зло - это результат незнания правды, добра. Даже понимание собственного незнания - уже весомый шаг на пути к добру. Поэтому самым большим злом можно считать невежество, которое Сократ усматривал не в том, что мы чего-то не знаем, а в том, что не догадываемся об этом и не нуждаемся в знании.

Например, Демокрит, древнегреческий философ, представитель этики эвдемонизма, который считал, что добро заложено в самой природе человека и зависит только от самого него. Поэтому быть хорошим человеком по его мнению, значит не только не совершать несправедливости, но и не желать этого. Эту проблему Демокрит видит, как правильное воспитание, поведение, способность различать добро от зла. Он считал, что из каждого зла можно извлечь добро и наоборот, из каждого добра - зло. В его понимании добро - то, что полезно, а зло - то, что вредно.

Какой же позиции о проблеме добра и зла придерживался Платон? Отвечая на вопрос, что является главной философской проблемой Платон - ученик Сократа говорил так: «...то знание, которое имеет преимущественное значение, что именно оно позволяет знать? Добро и зло... Не сознательная жизнь приводит к благополучию и счастью и не все науки, сколько их есть, но лишь одна эта, единственная наука о добре и зле ...» Платон не только поставил проблему добра и зла, а начал изучение данной проблемы. Он пытался выяснить роль, которую играют добро и зло с разных сторон в жизни. Он понимал важность противостояния опасностям, которые несет с собой зло

в разных его проявлениях, для существования самой жизни и следования добру [7].

Проблема добра рассматривается многими философами: И. Кант, Ф. Ницше, Д. Юм, Г. Гегель, Б. Спиноза, и другие. Добро у Гегеля в его работах: «Феноменология духа» и «Философия права» реализуется через индивидуальную волю: «... добро есть субстанциальное бытие для субъективной воли, - она должна его сделать своей целью и совершить... Добро без субъективной воли - это всего лишь лишенная абстракции реальность, и эту реальность оно должно принять через волю субъекта, должностного иметь понимание добра, сделать его своим намерением и осуществить в своей деятельности». Гегель разбирает понятие воли на внутреннюю область, область намерений и мышления, а не только на область внешней реализации, область поступков. Самостоятельность, самообладание, настойчивость, решительность, выдержка, целеустремленность - в этих войствах личности проявляется воля. В итоге Гегель находит развивающийся характер отношения свободы и необходимости, и им была выдвинута концепция развития свободной воли.

Через понятие добро Гегель подводит нас к понятию совести. Что есть добро? «Добро для меня как волящего - особенная воля, и я знаю его, ... особенность добра как бесконечной для себя сущей субъективности. Это внутреннее определение добра есть совесть». Совесть - это способность индивида понимать и переживать свое несоответствие должному, когда он критически оценивает себя. Проявлениями совести служат внутренний эмоциональный дискомфорт, раскаяние и чувство вины. Гегель разбирает совесть как святое, которое дано человеку, как сущая субъективность. «Совесть как это единство субъективного знания и того, что есть в себе и для себя, - святыня, посягать на которую было бы святотатством» [4, с. 193].

Аргументируя идею добра как объективного и единственно возможного реального устоя жизни, русский философ В. Соловьев заострил внимание на очень важную особенность: «Всемирный смысл жизни, или внутренняя связь



отдельных единиц с великим целым, не может быть выдумана нами, она дана от века. От века даны твердыни и устои жизни ...» [6, с. 49].

Тем не менее, многие философы, в их числе и Владимир Соловьев, отлично понимали, что устои жизни, объективные по своей сути, могут реализовываться и существовать как устои только с помощью человеческой осознанной деятельности. Гегель изучал эту важную проблему таким образом: «Так как передо мною стоят добро и зло, то я могу сделать выбор между ними, могу решиться на то и на другое. Природа зла, следовательно, такова, что человек может хотеть его, но не обязательно должен его хотеть ...». Эти слова означают что, активность человеческой воли, которая определяется активностью его осознанного намерения, является необходимой предпосылкой онтологической реальности добра [9, с. 137].

Представления о добре имеют рациональный характер, то есть имеется расчет на свою собственную выгоду или, в крайней мере, на возмещение своих затрат. Зло понимается как вред какому-то одному из участников ситуации, даже если они совершаются в соответствии с существующими принятыми правилами и законами, либо представляют собой отказ другому человеку в поддержке в не легкую для него минуту. Все философы по-разному трактуют проблему добра и зла, но смысл их высказываний очень схож. Аристотель говорил, что добро и зло - это истина и ложь. Добро - это истина, а зло - результат незнания истины, добра, так рассуждал Сократ. Платон утверждал, что добро - всё спасительно и полезное, а всё губительное и разрушительное - это зло. По Демокриту мы можем сказать, что добро в самом человеке, а зло возникает из добра.

Рассуждения человека о том, что такое добро и зло в современном мире, могут быть безрезультатными так как, он будет опираться на мнение общества о том, что берётся за нравственное. Но главная проблема в том, что каждый человек, который совершит какое-либо действие, постарается не создать проблем. Учитывая нюансы того, как могут оценить его действие, даже в том

случае если оно совершенно негативное, все равно человек постарается сделать так, чтобы со стороны оно казалось положительным.

Представления молодежи о добре и зле во многом не совпадают с социально-правовыми и этическими установлениями. Причиной этого служит то, что при рассмотрении ситуаций молодое поколение во многих случаях обращало большее внимание на мотив действия, а не на него само, и, если остальные его поддерживали, то и действие казалось им как доброе [3, с. 39]. Не обращая внимание на это, можно утверждать, что под добром молодежь чаще всего видит принесение пользы и иногда акты самоограничения, самопожертвования. Самой большей степенью добра, по их мнению, является совмещение того и другого в одном поступке. Зло толкуется молодым поколением как нарушение правил, но нормативные действия иногда рассматриваются ими как проявления зла, если они влекут большие отрицательные последствия для противоположной стороны. Из этого следует, что представления молодежи о проблеме добра и зла носят сложный, иногда двойственный характер, в них отчетливо раскрыт утилитарный, прагматический аспект.

Эта проблема важна и для меня, как для формирующегося специалиста. В любой сфере действительности уделяется большое внимание изучению этики деловых отношений, и целью исследования является повышение уровня культуры этих отношений и культуры общения. Её специфика обусловлена тем, что она возникает по поводу и на основе определенного вида деятельности, связанного с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных статусах, которые ставят необходимые нормы и стандарты поведения людей. Без соблюдения деловой этики и культуры поведения большое количество людей чувствуют себя незащищенно, дискомфортно, и конечно не являются профессионалами своего дела [8, с. 309].

## Список литературы:

1. Амельченко С. Н. - Универсалии «Бытие», «Сущее» и «Должное» в познании культуры: опыт систематизации // Вестник Челябинского государственного университета. - 2009. - №29. - С. 100–111.
2. Аристотель, Никомахова этика – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.ru/POEEAST/ARISTOTEL/nikomah.txt>.
3. Галанина О.Н. Ценностные представления студентов о добре и зле // Проблемы формирования социальных представлений личности: теоретические и прикладные аспекты. Сб. научных трудов / Под ред. Б.С.Алишева. - Казань: Изд-во ИСПО РАО, 2005.- С.34–41.
4. Гегель, Г.В.Ф. Философия права / Пер. с немец. Б.Г. Столпнера: Примеч. В.С. Нерсеянца. – М.: Мир книги, Литература, 2007. - 464 с.
5. Кобликов А.С. Юридическая этика. Учебник для вузов. - Москва: Изд-во НОРМА, 2000. - 168 с.
6. Малая В.Г. - Грани духовности личности в философии В.С. Соловьёва // Минувшее и непреходящее в жизни и творчестве В.С. Соловьёва: международная конференция. (СПб, 14–15 февраля 2003 г.). - С. 46–52.
7. Проблема добра и зла в философии – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://murzim.ru/nauka/filosofija/24618-problema-dobra-i-zla-v-filosofii.html>.
8. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов. - П86 / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 415 с.
9. Радлов Э.Л. Владимир Соловьев. Жизнь и учение / Э.Л. Радлов. - СПб.: Образование, 1913. - 266 с.
10. Селицкий В. Глоссарий библиотеки народной науки – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bdn-steiner.ru/glossword/index.php/glossword>.
11. Теория морали Канта – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-191802.html>.
12. Цепелева Н. В. Проблема добра и зла в учении Н.О. Лосского: дис. ... канд. филос. Наук. - Саранск, 2005. - 182 с.

## ОДИНОЧЕСТВО. СВОБОДА. ЛЮБОВЬ

*Кузнецова Анастасия Александровна*  
студент 1-го курса, кафедры ПГС, УГТУ,  
РФ, г. Ухта

*Федотова Людмила Фёдоровна*  
научный руководитель, кафедра ФиМО, УГТУ,  
РФ, г. Ухта

Проблемы одиночества, свободы и любви, являются одними из важных вопросов философии. Что такое «одиночество»? Почему люди боятся быть свободными? Как любовь помогает человеку познать себя? Какой философский статус этих категорий, в чем кроется их истинный смысл? Все эти вопросы остаются во многом еще нераскрытыми.

Интерес к проблеме одиночества возник не сразу. Он обострялся на протяжении всего развития человеческого сообщества и науки, эта проблема становилась все четче. Проблема одиночества рассматривается на протяжении всей истории. Начало было положено в эпоху античности (Аристотель, Платон, Эпиктет и др.) [9].

Платон и Аристотель видели в одиночестве негативность и, как способ побега от него, предлагали топить своё бытие в любви и дружбе [10]. Аристотель считает одиночество драматической частью человеческого бытия. Оценка одиночества прослеживается в его словах. Он говорил, что страшнее всего не иметь друзей или быть одиноким, ведь вся наша жизнь состоит из общения с людьми [1, с. 201].

Если человек имеет возможность рассуждать, и может созерцать солнце, луну и звезды, и наслаждаться дарами земли и моря — он не одинок и не беспомощен. Так, например, считал представитель эллинистического этапа античной философии Эпиктет.

«Я смотрю во все стороны и вижу один мрак. Природа ничего мне не предлагает, кроме того, что вызывает сомнение и беспокойство». Так писал Блез Паскаль, один из величайших философов в истории человечества. Его произведения наполнены отчаянием одинокого человека, затерявшегося

в бесконечном пространстве непостижимой Вселенной. Он отмечает безусловную «прелесть уединения» (в отличие от одиночества), которое даёт возможность задуматься о смысле жизни, оценить свои поступки. Уединение открывает глаза человеку на суету мира, позволяет ему увидеть собственную суетность, внутреннюю опустошенность, замену собственного Я неким воображаемым образом, созданным человеком для других людей [3, с. 75].

Одиночество — это один из тех злободневных вопросов человеческой души, который касается всех, независимо от материального положения, интеллектуального уровня или количества дипломов. Нет такого человека, который никогда не испытывал на себе это особое, порой мучительное, а иногда, наоборот, очень глубокое и блаженное внутреннее состояние [2].

На современном этапе общественного развития проблема одиночества становится одной из самых важных и актуальных. Благодаря социальным связям и отношениям, человек принадлежит к общественным организациям и воспринимает себя как социального и цивилизованного человека. Но лишаясь всего этого, он воспринимает свое Я как одинокое, незащищенное существо, ведь придя домой вечером, он остаётся наедине с собой. Поэтому одиночество представляется нам чем-то парадоксальным.

Об актуальности данной темы свидетельствует следующее обстоятельство. Сложно отрицать тот факт, что самое страшное одиночество — это одиночество среди людей. Подобное одиночество может привести к массовым депрессиям, шизофрении и даже суициду. В такой ситуации человек готов связать себя с кем угодно путём самых нелепых предрассудков и суеверий. Ведь это способ избежать изоляции, обрести чувство единства с другими людьми и, таким образом, вернуть себе чувство безопасности. Таким образом, на фоне современного кризиса человеческой цивилизации, философско-антропологический анализ проблемы одиночества становится все более актуальным. У состояния одиночества есть свои достоинства и недостатки.

Восприятие одиночества человеком играет важную роль в его жизни. Для человека со здоровой психикой и рассудком одиночество является опорой, помогает самосовершенствованию и понятию себя [8].

Одиночество – школа, в которой мы учимся стойкости, мудрому, выстраданному спокойствию, уверенности в себе. Одиночество воспитывает лучшие человеческие качества. С одной стороны, одиночество может губительно сказаться на развитии человека, с другой стороны одиночество играет огромную роль в развитии личности. Таким образом одиночество оказывает неоценимое влияние на развитие личности.

Одиночество человек может испытывать и в любви, потому что любовь может быть безответной. Любовь может сделать человека свободным. Но обычно она становится привязанностью, и вместо того чтобы окрылять, она подчиняет нас себе [4]. Каждый, говорит о свободе, но никто неспособен быть поистине свободным, потому что, если ты действительно свободен, ты один. Достаточно ли у тебя храбрости, чтобы быть одному? Ведь только тогда ты сможешь стать свободным. Человек недостаточно смел, чтобы оставаться наедине с собой. Он боится собственного одиночества, становится скучен самому себе. И на самом деле, когда одиноко, все кажется бессмысленным. Когда ты во взаимодействии с кем-то, когда ты увлечен чем-либо, это охватывает тебя естественным смыслом жизни.

Человек не хочет жить ради самого себя, и он начинает жить ради кого-то другого. Это происходит со всеми. Два человека, которые боятся собственного одиночества, встречаются друг друга и начинают играть - в игру любви. Но глубоко внутри они ищут привязанности, преданности, рабства. Рано или поздно, эта предварительная игра исчезает, когда ее функция выполнена. И остается лишь та любовь, в которой два человека становятся рабами друг друга. По-другому это говорит о сильной привязанности двоих людей. Привязанность - одна из самых безобразных вещей. Когда ты привязан, ты теряешь свое одиночество, ты лишаешься многого, ты теряешь себя, ради чувства, что ты кому-то нужен. Ты изо всех сил пытаешься быть независимым и сделать другого человека своей собственностью - и другой делает то же самое [6].

Любить свободу, пытаться быть свободным, по сути, значит, прийти к глубокому пониманию себя, зная, что тебе достаточно самого себя.

Ты можешь с кем-то поделиться, своей любовью, счастьем, блаженством, молчанием. Но ты делишься, этим не зависимо от чего-либо. Если никого нет, ты будешь так же счастлив, так же блажен [7].

Древнекитайский философ Лао-Цзы сказал, что «Знающий людей разумен, а знающий себя прозорлив». И древнегреческие философы считали так же. Сократ говорил: «Познай себя», а Будда говорил: «Люби себя», и Будда гораздо глубже, потому что, не любя себя, ты никогда не сможешь себя познать - познание себя приходит лишь следом за любовью. Любовь подготавливает почву. Любовь - это возможность познать себя; любовь - это правильный способ познавать себя [5].

Таким образом, человек в жизни испытывает все три состояния: одиночество, свободу, любовь. Испытывая их, человеку желательно научиться философскому отношению к жизни, чтобы легче, гармоничнее чувствовать себя в ней.

### **Список литературы:**

1. Аристотель. Евдемова этика / Аристотель; пер. Т. Васильева, Т. Миллер, М. Солопова. – Москва: Канон+: Ребилитация, 2011.
2. И еще об одиночестве – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mysenses.ru/oreh/i-eshhe-ob-odinochestve>.
3. Ларошфуко Ф. Суждения и афоризмы/ Издательство: Политиздат, - Москва: 1990. - 384 с.
4. Люди боятся быть свободными – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lrate.ru/post/807/492314>.
5. Люби себя – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smalltalks.ru/lubov/361-lubi-seby.html>.
6. Ошо, Любовь. Свобода. Одиночество. /Издательство: ИГ «Весь», - Санкт-Петербург: 2013. - 144 с.
7. Ошо о любви – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rd-hansa.com/bibl\\_9\\_ezo\\_1\\_sovr\\_2\\_osho\\_2.html](http://www.rd-hansa.com/bibl_9_ezo_1_sovr_2_osho_2.html).
8. Почему одинокие люди остаются одинокими – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://psychology-best.ru/psixologicheskie-issledovaniya/sostojaniye\\_odinochestva.html](http://psychology-best.ru/psixologicheskie-issledovaniya/sostojaniye_odinochestva.html).
9. Рашидова Т.Р. Одиночество человека: философско-антропологическое осмысление проблемы: дис. ... канд. филос. наук. – Москва, 2012. - 155 с.
10. Феноменология одиночества – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.b17.ru/article/12406/>.

## УЧЕНИЕ ПЛАТОНА О ДУШЕ

*Панкрац Андрей Александрович*

*студент, кафедра промышленного и гражданского строительства,  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

*Федотова Людмила Фёдоровна*

*научный руководитель, кафедра философия и методологии образования  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

Концепция внутреннего человека в христианской философии – одна из центральных. Фундаментом её можно обозначить христианское учение о Логосе: его рождении и олицетворении, представление о человеке как образе и подобии Бога и его усовершенствование.

В философии античности проблема человека и его эволюции была связана неразрывно с идеей Ума (νοῦς) и разума (λόγος). Слово выступает природным началом, гармонично организующим космос (согласно Платону, Аристотелю и стоикам) и Тем, кто творит «Вся» (у представителей раннего патристического философского движения). Человек – это образ и подобие Бога, Микрокосм, потому слово в его сущности является вечным, мистическим и творящим началом. Оно образует внутренний мир человека, его душу, и выражается в его деяниях [2, с. 31].

Например, тему души познавали и анализировали разные философы, к примеру сказать Демокрит, который считал душу материальным веществом, состоящим из атомов огня. В противовес Демокриту, Аристотель взгляд на душу, как на вещество, отрицал. Но были и прочие философы, которые оказали влияние на современную философию души, скажем, Сократ, Р. Декарт и прочие.

Остановимся на идеях представителя классического этапа античной философии Платона. Это известный мыслитель, чьё творчество имеет отражение во всей мировой философской культуре. Душа – подвижная субстанция, которая связывает между собой все вещи и все явления, «единое -



ничто» и «ум – все живое». Душа человека(вещи) есть часть мировой души. При смерти человека душа не умирает, а приобретает новую телесную оболочку, ответив в подземном царстве за свои земные поступки.

Природность человека Платон видел в его бессмертной, вечной душе, которая вселяется при рождении в тело. Он считал человека дуалистичным, поскольку он заключает в себе тленное тело и извечную душу. В данной дуалистичности и есть вечный трагизм: тело влечёт человека в животный мир, а душа – в божественный. Так как человеческая душа является центром соединения идеального и материального миров, человек находится в центре мирового устройства, в середине невидимой линии: Благо – Абсолют – сущее – бытие – инобытие – физический мир – преходящее – абсолютно несущее.

В диалогах Платона, таких как «Федр», «Пир», «Федон». есть много высказываний и суждений о душе. Душа – это истечение и образ «Мировой Души», бессмертная сущность, которая состоит из трех элементов:

1) разумная часть – направлена на идеи, выступает основой мудрости, добродетели:

2) яростная или пылкая – эффектно-волевая часть души, основание бесстрашия:

3) чувственная часть – движима стремлениями, страстями, должна быть ограничена разумом.

В диалоге «Алкивиад» Платон от имени Сократа, своего учителя говорил: «...именно душа – это человек ... Следовательно, тот, кто велит нам познать самого себя, приказывает познать свою душу». В данном отрывке Платон прямо подтверждает, что руководство процессом познания человека (и внутренним – самопознание, и внешним – природы) исполняется кем-то ещё более могущественным, чем человек. Этот «кто-то» является по отношению к человеку учителем. Платон его называет «демиург», или Бог, которого человек слышит, как собственный внутренний голос [1, с. 48].

Согласно Платону, у бессмертия души простая формула: её моральная эволюция, освобождение от уз тела и умственное самопознание. Душа начинает

свое полноценное существование только после гибели тела. «Как не испытывать радости, – слова Сократа в произведении «Федон», – отходя туда, где надеешься найти то, что любил всю жизнь». Бессмертная душа освобождается от тела с облегчением. Мыслитель в течение всей своей жизни занимается ничем другим как умиранием [4, с. 47]. Главная мысль психологии Платона – это утверждение бессмертия души: о том, что душа переживает тело и может воплощаться в различные тела людей, животных и растений.

Душа является коренной в идеях Платона о человеке, она определяет наименование и свойства духовности. Душа – это категория, которая обозначает не просто явление, а процесс совершенствования человека. В отличие от тела, душа физическому миру не принадлежит. Она выступает проявлением «Единого», или «Блага», «Логоса» («Ума») и «Мировой Души» в чувственно осознаваемом, т.е. в материальном космосе. Душа является центром объединения данных трех миров. Как проявление «Единого», или «Блага», она есть «целое», «сущее», или «одно». Но «одно – сущее» есть не что другое, как эйдос, так, как только эйдос различен и самотождествен сам по себе [1, с. 49].

Душа находится в связи как с идеями, так и с чувственными вещами, которые получают своё существование путем приобщения к идее. Главное различие отражения и первообраза заключается в делимости: отражений всегда множество, а идея единична, потому идея в приобщившихся вещах лишается свойств уникальности и целостности. Эта потеря единства случается из-за природы тела, т. е. материи, так как она не запрещает деление до бесконечности. У Платона понятия делимость и неделимость – это критерий принадлежности к умопостигаемому миру: неделимые тождественное, другое и сущность идеи, но они же становятся делимыми в необыкновенном мире [2, с. 40].

Следовательно, у Платона целое – это «идеирующее единство», которое порождает множественность телесного мира. Благодаря этому душа как эйдос, как целое также выступает «идеирующим единством», зарождающим массу

качеств человека. Потому все элементы души, все добродетели (мудрость, справедливость, мужество, рассудительность, благочестие) – рассуждает Платон в произведении «Протагор» – соотносятся как части золота, «отличающиеся одни от других и от целого только величиной и малостью». Устанавливая свойства «идеирующего единства» и целостности бытия, Платон говорит, что, во-первых, целое объемлет все свои части, но не включён в каждую из них как один элемент наравне с другим. Это значит, что в каждом элементе добродетели, как свойстве души, есть что-то общее, что-то одинаковое, что характерно для всех вместе, так и каждого по отдельности. Таким «общим» выступает эйдос – выражение духовного бытия. Во-вторых, целое, которое состоит из множества, не является суммой данных элементов. Как «слог есть одно идеирующее целое», состоящие из приспособленных друг к другу отдельных звуков, так и свойства добродетели также составляют одно идеирующее целое, а не являются долями этого целого. Потому, в-третьих, целое – это некоторое идеальное единство, которое состоит из смысловых элементов. Каждый элемент, являясь относительно самостоятельным идеальным эйдетическим моментом, содержит в себе энергию целого, а следовательно, все элементы – не просто пространственно-временные отрезки, а совокупный эйдос. Разъясняя это, Платон в произведении «Софист» указывает на то, что необходимо отличать идеальное единство от целостности, понимая их как фактически состоящие из целого и части соответственно.

Подводя итог в рассуждениях Платона, можно утверждать, что целое, не выступая вещью и явлением, обычным категориям вещи не подчиняется. Оно подобно идеальному единству может быть одновременно во многом, не делясь по этим многим и не растрачивая собственной энергии через это распределение и т.д. «Вот это целое и общее, хотя вместе с тем и единичное, и простое, прямо являющее энергию вещи и именуемое, невесомое и бесплотное, не факт, но смысл, не безликая мощь бытия, но оформленный облик предмета, и есть то, что мы должны называть платоновской идеей, или эйдосом» [1, с. 49].

В идеях Платона о духовной стороне человека можно увидеть следующие противоречия:

1. С одной стороны, душа бессмертна; с другой стороны, созданная душа должна быть переменчивой, конечной, а значит, смертной.

2. Отмечается смещение логической действительности и возможности: переход в противоположность (к примеру, в тезисе о бессмертии души) логически возможен, но философ не приводит доводов такой возможности.

3. Аргументы Платона обладают априорным характером, их нельзя эмпирически проверить. Но, несмотря на это, Платон говорит, что сверхчувственные нематериальные идеи составляют сущность чувственного мира, представленного в опыте [1, с. 50].

Своим обширным распространением учение о личном бессмертии обязано диалогам Платона. В них говорится, как душа, вследствие собственного падения в акт рождения, воплощается в тело и обитает в нем в качестве чуждого ему существа. Душа – это имматериальное, вечное существо, на которое оказывает влияние враждебное её природе тело; внутрь её проникают злые воздействия тела, от него приходят к ней страсти и безумие. Сущность души – это чистая сила мышления. Если душа ведёт борьбу с телом и его влечениями, то она переходит к наивысшим формам бытия; в ином случае душа заключается в тела низшей природы. Целью души является освобождение от тела. Тем не менее, надо отметить, что если учение о бессмертии и вечности индивидуальной души так многим обязано Платону, то оно на самом деле совершенно не было его личным учением. Оно не подтверждает основания его мировоззрения, несовместимо с его суждениями об идеях. Это – или педагогическое средство для внедрения в народе морального настроения, или мифическая оболочка для формулировки мыслей Платона. Однако, сам Платон сознает трудность аргументации, что есть душа в её чистой природе [3, с. 331].

Душа выступает подлинной основой и причиной человека. Она – смысл или идея, понятие или жизнь тела. Душа – это бессмертная, вечная часть, благодаря которой бессмертен сам человек, проходящий в своем развитии

цепочку рождений и смертей. В процессе этой эволюции человек формирует в себе качества духовности: душу как часть «Единого» и «Мировой Души», как объединяющее звено бытия и инобытия, как добродетель и любовь. Добродетель выступает основой нравственности и стержнем духовности. Её свойства выражаются как мужество, рассудительность, памятьливость, понятливость, щедрость и т. д. Добродетель содержит в себе также разум, знание, благо, справедливость. Духовность в трудах Платона выступает в таких аспектах, как:

- 1) свойство космоса;
- 2) антропный космологический принцип;
- 3) дар богов человеку;

4) процесс формирования, выработки и реализации нравственных качеств человека в череде перевоплощений, которые заданы «Единым» и «Мировой Душой».

Итак, Платон считал, что душа бессмертна. Платон вводит этические и религиозные моменты в своё учение о бессмертии души. До момента человеческого рождения она находится в ином месте, где она может наблюдать мир вечных идей. В период жизни на Земле душа может постичь идею как воспоминание о прежде увиденном. Знание как воспоминание того, что было до рождения, у Платона является одним из доказательств наличия бессмертной души. В конечном итоге, согласно Платону, можно утверждать, что душа человека выступает частицей «Мировой Души» и «Единого», которые являются верховными учителями человека, а духовность можно понимать, как образующийся эйдос. Если смерть – это конец всего, то, как говорит Сократ, она не страшна, ибо то, что следует за ней, подобно глубокому, крепкому сну без сновидений, когда никто и ничто не беспокоит человека. Если же душа бессмертна, то смерть является лишь переходом из этого мира в какой-то иной мир. Именно этой идеи придерживается Платон.

### **Список литературы:**

1. Ковалева Г. П. Представления о духовности в философии Платона // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – № 328. – С. 46–51.
2. Волкова Н. П. иррациональный элемент в мировой и индивидуальной душе согласно Плутарху из Херонеи // Философский журнал. – 2014. – № 2 (13). – С. 38–50.
3. Обидина Ю.С. Эволюция представлений о природе души в древнегреческом сознании // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 6. – С. 328–332.
4. Поздняков С.Н. Платон и шумерско-вавилонские представления о бессмертии души: к проблеме межкультурного взаимодействия // Альманах современной науки и образования. – 2010. – № 3-2. – С. 44–47.
5. Тарасов П.Г. Идея формирования внутреннего человека в античной философии и христианском вероучении // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2007. – № 1. – С. 31–38.

## АРИСТОТЕЛЬ О ДУШЕ

**Семёнов Юрий Евгеньевич**

*студент, кафедра промышленного и гражданского строительства,  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

**Федотова Людмила Фёдоровна**

*научный руководитель, кафедра философии и методологии образования  
Ухтинский государственный технический университет,  
РФ, г. Ухта*

Вопросы взаимоотношения души и тела – одна из древнейших в исследованиях проблем человека вообще. Как правило, внимание акцентируется на том, что данная взаимосвязь – многосторонняя и прочная, с другой позиции, эта взаимосвязь может быть названа соотношением между идеальным и материальным. Дух является отображением тела, и каждое отображение соотносится с собственным телом. Дух создан одновременно и наравне с телом. Содержание здесь является единством души и тела. Это значит, что человек состоит из двух сущностей, т. е. половина его сущности – это душа, а вторая половина – это тело. Сущность человека заключается в его душе; мысль, воля, разнообразные ощущения неразрывно связаны с неким абстрактным духом.

В общей сложности проблемы взаимосвязи духа и тела – постоянный предмет исследования в течение всей осмысленной истории человечества. В этом отношении наиболее важны исследования Аристотеля, Платона, Декарта, Спинозы и т. д. [1, с. 62].

В древнегреческой философии самыми весомыми были суждения Платона и Аристотеля. Будучи учеником Платона, Аристотель провел двадцать лет в его Академии. Однако привычка мыслить самостоятельно привела к тому, что, в конце концов, философ стал приходить к собственным выводам. Они заметно отличались от теорий учителя, однако истина была дороже личных привязанностей. Фактически создав основы современной европейской науки и логического мышления, философ отличился и в области психологии.

У Аристотеля множество философских учений, таких как: учение о четырёх причинах, теория познания и логика, учение о добродетелях, учение о государстве, идея души и т.д. То, что он написал о душе, до сих пор изучают в высшей школе.

Аристотель в самом начале своего знаменитого произведения «О душе» говорит о важности изучения души вообще, отмечая, что верно рассуждать о душе – крайне трудно.

Главным образом, мыслитель считает, что у этой части человеческой психики двойная природа. С одной стороны, он божественен, а с другой – материален. Сочинив специальный трактат «О душе», Аристотель уделяет внимание этой проблеме и в других своих трудах. Потому можно утверждать, что этот вопрос в его философской системе выступает одним из основных. Известно, что философ разделил всё сущее на две части. Первая – это физика, т. е. материальный мир. Вторая часть – это царство богов. Он нарёк её метафизикой. Но когда мы хотим осмыслить, что же мыслитель думал о душе, то нам становится понятно, что с его позиции оба эти мира влияют на психику.

Со свойственной для него дотошностью Аристотель ставит перед собой задачу, в которой, по большей части, надо установить, к какому роду сущего относится душа и что она такое, включает ли душа части либо нет и однородны ли все души, либо нет. В учении философа о душе и теле есть масса идей, которые связаны с системой понятий своей метафизики – сущности, формы, сути бытия, возможности, энтелехии. Состояния души соотносятся с телом, однако это взаимоотношение, взаимосвязь души и тела – это то, что Аристотель не смог раскрыть до конца, в последующие века данная проблема волновала и продолжает заботить многие поколения учёных.

Все философы, подчёркивает Аристотель, как бы определяли душу тремя признаками: движением, ощущением, бестелесностью. Каждый из них воздвигается к началам. Анализируя эти признаки, он делает вывод о том, что душа – это будто начало живых существ. Состояния души неотъемлемы



от природной материи живых существ так, как неотъемлемы от тела страх и отвага, а не в том смысле, в каком неотделимы от тел плоскость и линия.

В своих трудах философ старался, главным образом, убедить читателей в реальности души, предлагая для подтверждения такие аргументы:

а) душа есть суть бытия и форма (*logos*) естественного тела, которое имеет начало движения и покоя в самом себе;

б) он определил душу как «первую энтелехию органического тела», т.е. жизненное начало тела, которое его движет и строит его как собственное средство, оружие;

в) душа различается растительной способностью, способностью движения и размышления, способностью ощущения;

г) всякое явление подразумевает, согласно Аристотелю, возможность изменения, цель, к которой изменение направлено, и энтелехию как осуществленность этой цели, находящейся в вещи [1, с. 62].

Аристотель различал внутреннее представление и внешний звук. «Слово – это звук, издаваемый одушевленным существом и сопровождаемый каким-либо представлением», – написано о внешнем звуке в его труде «О душе». А в произведении «Об истолковании» говорится о внутреннем представлении: «То, что в звукосочетаниях, – это знаки представлений в душе, а письма – знаки того, что в звукосочетаниях». Одинаковые представления одних и тех же предметов обозначаются у различных народов различными звукосочетаниями и разнообразной письменностью. В дальнейшем данный фрагмент философа о внутренних представлениях, или *passiones animae*, благодаря переводу и комментарию Боэция стал одним из главных источников средневекового учения о внутреннем слове, наравне с 15 кн. трактата «О Троице» Августина [2, с. 31].

Для Аристотеля человек един в собственной раздвоенности как «одушевленное тело», так что эти два элемента в нём сосуществуют только совместно, формируя неделимую реальную взаимосвязь. Душа и тело для мыслителя, собственно, даже не «элементы», а просто два разных проявления

одной и той же сущности: «Душа и тело составляют живое существо. Ясно, что душа неотделима от тела». Лишь только единство души и тела разрушается смертью, «организм» тут же прекращает своё существование: труп уже не тело, а мертвец – совершенно не человек. Философ не допускал никакого «переселения» душ в иные тела. Каждая душа живёт в «своём» теле, которое она оформляет и создает, а каждое тело обладает «своей» душой – его жизненным началом, «эйдосом», или формой [3, с. 86-87].

Аристотель не приводил определённых доводов существования души. В то же время из отдельных его идей понятно, что он однозначно признавал существование души. Взгляды философа на происхождение души в целом можно распределить на три этапа:

1) этап близости его убеждений к убеждениям Платона. Аристотель был согласен с идеей отдельного существования души от тела;

2) этап отдаления от вышесказанного и выработки академической точки зрения по вопросу души. Соглашаясь с особым строением и сущностью души, он старался пояснить особенности взаимоотношения души с телом;

3) в конце концов, на последнем этапе развития взглядов Аристотеля о душе им была определена проблема того, как душа вхожа в тело и в чём их неразделимость, их единство [1, с. 63].

Общеизвестно, что проблемы взаимосвязи души и тела анализировались Аристотелем, когда он уже был зрелым мыслителем. На основе личных умозаключений и наблюдений он озвучивает оригинальные идеи, связанные с соотношением души и тела. Он отмечал, что «душой может обладать только естественное, а не искусственное тело». Душа выступает жизнью, данной естественному телу. Жизнь начинается, развивается, и, в конце концов, прекращается. «Естественное тело должно обладать возможностью жизни. Осуществление (энтелехия) этой возможности и будет душой, душа необходимо есть сущность в смысле формы естественного тела, обладающего в возможности жизнью. Сущность же есть энтелехия: стало быть, душа есть

энтелехия такого тела». Материя имеет энергию, выступает зеркалом совершенства. Жизнью обладает то, что составляет естественное тело.

У «совершенного» есть два смысла: каждая вещь движется к совершенству, т.е. имеет изначальное стремление к совершенству; к примеру, речь отражает совершенство человека; с другой стороны, для достижения совершенства любое лицо может обратиться к научной деятельности. Для души живое тело – это первое совершенство. Употребление же силы и энергии души – это второе совершенство. Понятие совершенства в душе или теле – это когда удовлетворены душевные или материальные потребности человека.

Только по достижению определенной ступени развития душа входит в тело, душа включается лишь при завершенности способного к жизни естественного тела. Душа является спутницей жизни. Её наличие говорит о завершенности тела, осуществлённости возможности жизни, считает философ.

То, что даёт жизнь растениям и всему живущему, и является душой:

1) растительная душа – первая и наиболее общая способность души, чье дело – питание и воспроизведение, а воспроизведение выступает минимальной причастностью к божественному;

2) поскольку способности к ощущению не может быть без растительной способности, то животные имеют не только животную, но и растительную душу. Таковы две «физические», низшие души. Вторая выше первой и в себя её включает [1, с. 63].

Будучи воспринятой христианством, теория Аристотеля подверглась значительным модификациям, но её воздействие на раннехристианское богословие, не заметить нельзя. Оно показывает себя, к примеру, у Оригена, в некоторой мере – у Мефодия Олимпского, а позже – у Григория Нисского [3, с. 86–87].

Таким образом, есть вид жизненной формы, как говорил Аристотель, о душе, присущий только разумным существам. Они должны уметь рассуждать и размышлять. В учении Аристотеля о душе и теле имеется множество идей,

связанных с системой понятий его метафизики – сущности, формы, возможности, сути бытия, энтелехии. Состояния души имеют отношение к телу, однако соотношение души и тела, связь их между собой – это то, что Аристотель не смог до конца раскрыть, в последующие эпохи эта проблема волновала и продолжает волновать многие поколения исследователей.

Тема выбрана мной не случайно, ведь я ещё с детства задавался вопросами: Что такое душа? Откуда она берет начало? Душа умирает вместе с человеком или же она бессмертна? Чтобы ответить на эти вопросы я решил изучить учения Аристотеля о душе. Работа помогла мне понять, что однозначного ответа, что же такое душа, нет. Но для себя я сделал вывод, что после смерти тела душа освобождается для вечной жизни.

### **Список литературы:**

1. Гасани З.Б. Проблема взаимосвязи души и тела у Аристотеля и Декарта: сравнительный анализ // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 2-1. – С. 62–65.
2. Тарасов П.Г. Идея формирования внутреннего человека в античной философии и христианском вероучении//Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2007. – № 1. – С. 31–38.
3. Хлебников Г.В. Античная философская теология и современные религиозно-философские концепции. (Аналитический обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 3: Философия. Реферативный журнал. – 2007. – № 3. – С. 85–116.

## АРИСТОТЕЛЬ О ПОСТРОЕНИИ ИДЕАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА

*Суханова Полина Александровна*

*студент кафедры ПГС, УГТУ,  
РФ, г. Ухта*

*Федотова Людмила Фёдоровна*

*научный руководитель, кафедра ФиМО, УГТУ,  
РФ, г. Ухта*

В современном мире очень актуальна проблема государства. Как сделать, чтобы народ жил хорошо и какой для этого необходимо создать государственный строй? Ответы на эти вопросы уже можно найти у разных античных философов. Если обратиться к теории государства Аристотеля, то можно увидеть, что Аристотель представлял государство как нечто прекрасное по своей сути. «Целью государства является благая жизнь». Он исходил из того понятия, что человек «существо политическое», стремящееся к общению, а потому государство для него необходимо как воздух. «Всякое государство представляет собой своего рода общение, всякое же общение организуется ради какого-либо блага ... больше других и к высшему из всех благ стремится то общение, которое является наиболее важным из всех и обнимает собой все остальные общения. Это общение и называется государством или общением политическим» (Pol. I 1, 1252 a - 5) [3, с. 1].

Если подробно рассмотреть данное определение, то мы не встретим упоминания о каком-либо подавлении и угнетении. Согласно Аристотелю, государство возникает естественным путем для удовлетворения жизненных потребностей. Естественное происхождение государства объясняется тем, что во всех людей природа вселила стремление к государственному общению, и первый, кто это общение организовал, оказал человечеству величайшее благо [6, с. 1].

Платон и Аристотель, жившие во времена тяжелых кризисов власти, наступавших после периодов расцвета, были склонны рассматривать

извращенное устройство не как сущность государства, но как ее искажение. Изначально государство для них являлось справедливым и служило не как машина закрепощения, но как нечто, дающее благо всем гражданам [7, с. 1].

Сущность государства и политики Аристотель раскрывает через её цель, а она, по мнению философа, самая высокая - воспитательная и состоит в том, чтобы придать гражданам хорошие качества и сделать их людьми, поступающими прекрасно. То есть, целью политики является справедливое благо.

Государство, по Аристотелю, образуется вследствие природного влечения людей к общению. Политическое устройство есть тот порядок, который лежит в основании распределения государственных властей и определяет собою как верховную власть, так и норму всякого в нем общежития.

Политическое устройство предполагает власть закона, ибо где не властвуют законы, там нет политического устройства. Политическое сообщество опирается на единомыслие граждан в отношении добродетели. Как наиболее совершенная форма совместной жизни, государство предшествует семье и селению, т. е. является целью их существования.

Чтобы дать полную картину представления государственного строя, который имел место быть в его время жизни, Аристотель выделяет 5 элементов, составляющих государство:

- Народ - крестьяне, производящие продукты питания;
- Ремесленники - создают орудия труда;
- Торговцы - занимаются обменом и распределением товаров;
- Чиновники - рационально управляют государством;
- Военные - защищают государство.

Помимо вышеперечисленной классификации население государства состоит из неимущего большинства и богатого меньшинства. Первые имеют склонность к демократии, а вторые к олигархии. Для предотвращения смут и гражданских войн Аристотель предлагает укреплять, то есть способствовать благоденствию «граждан, обладающих собственностью средней,

но достаточной». Аристотель также выдвигает идею разделения властей в государстве на три части: законодательный орган; должностной орган; судебный орган [1, с. 1].

Жизненный путь великого философа предоставил ему богатейший набор знаний и учений о самых различных типах государства. Сущность государства он видит в политическом сообществе людей, которые соединились для достижения определенного блага. Поэтому создавая свой труд, Аристотель выделил шесть типов государства: монархия; тирания; аристократия; крайняя олигархия; охлократия (власть толпы, крайняя демократия); полития (смесь умеренной олигархии и умеренной демократии).

Государственное устройство (*politeia*) - это распорядок в области организации государственных должностей вообще, и в первую очередь верховной власти: верховная власть повсюду связана с порядком государственного управления (*politeuma*), а последний и есть государственное устройство. «Я имею в виду, например, то, что в демократических государствах верховная власть - в руках народа; в олигархиях, наоборот, в руках немногих; поэтому и государственное устройство в них мы называем различным».

Аристотель разделяет неправильные формы государства (тирания, крайняя олигархия и охлократия) и правильные (монархия, аристократия и полития).

Наилучшей формой государства, по Аристотелю, является полития - совокупность умеренной олигархии и умеренной демократии, государство «среднего класса» (идеал Аристотеля) [6, с. 1].

«Аристотель стремится сделать свою схему гибкой, способной охватить всё многообразие действительности». Приводя в пример современные ему государства и оглядываясь на историю, он, во-первых, констатирует существование различных разновидностей внутри отдельных видов государственного устройства; во-вторых, отмечает, что политический строй некоторых государств объединяет в себе признаки различных государственных устройств и что существуют промежуточные формы между царской и

тиранической властью - аристократия с уклоном в олигархию, полития, близкая к демократии и др.

Государство, по учению , - высочайшая форма союза между людьми; оно - высочайшая цель , нравственной деятельности человека, только в государственной жизни человек находит возможность исполнять свое предназначение. Основание государства - семья; семейный быт основан на видах отношений, установленных самой природой людей; это отношения мужа к жене, родителей к детям, господина к рабам [2, с. 1].

Аристотель занимался разрешением вопроса о, безусловно, хорошем устройстве государства, о том, какие учреждения должны считаться наилучшими сами по себе, независимо от возможности или невозможности осуществить идеал при данных обстоятельствах. Вероятно, Аристотель не довел до конца эту свою работу. Во вступлении «Политики» он говорит о том, какая величина государства и какое число населения представляются наиболее сообразными с условиями наилучшего государственного устройства, и о том, какое воспитание должны получать граждане. Отрывок этот важен, как доказательство того, что Аристотель не смог стать на точку зрения более высокую, чем привычные греческие понятия. Государство, согласно взглядам автора «Политики», - город и городская область. Величина области и число населения должны быть такие, чтобы все государственные надобности могли быть удовлетворены; но этот размер государства очень невелик: он должен быть такой, чтобы все граждане могли знать друг друга и быть известны правителям. Вся жизнь гражданина должна находиться под контролем правительства. Он излагает правила, какие нужно соблюдать для того, чтобы граждане имели здоровых и не чрез меру многочисленных детей. Далее в «Политике» следуют правила о воспитании детей граждан, о том, что они должны, учиться музыке и гимнастике, о том, что граждане должны примером и наставлениями приучать мальчиков и юношей к доброй нравственности, к гражданским добродетелям. Нравственность граждан должна находиться под правительственной опекой [4, с. 1].



Аристотель рассматривал многие аспекты жизни, что послужило фундаментом к развитию определенных отраслей, например, строительство.

Аристотель писал: «Не нужно устраивать город так, чтобы он весь в целом имел правильную планировку. Надо, чтобы планировка была правильна только в отдельных частях и кварталах. Так будет лучше для безопасности города и для его благообразия». Аристотель высказывал также своё мнение о городских площадях, из которых одни он предлагал целиком предоставить торговле и разместить вокруг них базилики, присутственные места и судебные учреждения, а другие площади (которые Аристотель называл «чистыми») он советовал окружить храмами, гимназиями и другими общественными зданиями. Таким образом, схема Аристотеля оставляла свободу для выбора той или иной планировочной схемы и была более гибкой и жизненной [3, с. 1].

Политическое учение Аристотеля имеет чрезвычайно большую теоретическую и еще большую историческую ценность. Сжатый проект идеального государства, намеченный Аристотелем, как и всякая утопия, есть, по сути, идеализированный объект по сравнению с существующими формами государственности. Особенность «Политики» в том, что в ней черты реальные, исторические явно преобладают над утопическими. Путь к наилучшему государству лежит, по Аристотелю, через область познания того, что существует в действительности.

### **Список литературы:**

1. Аристотель – [Электронный ресурс] – // Википедия - Свободная энциклопедия: сайт. - URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Политика\\_\(Аристотель\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Политика_(Аристотель)) (Дата обращения: 20.02.2016).
2. Аристотель и политика – [Электронный ресурс] // Livejournal: сайт. - URL: <http://chuka-lis.livejournal.com/71967.html> (Дата обращения: 20.02.2016).
3. Аристотель. Политика – [Электронный ресурс] <http://www.litmir.co/br/?b=216672> (Дата обращения: 29.02.2016).
4. Аристотель «Политика» – краткое содержание – [Электронный ресурс] // Русская историческая библиотека URL: <http://rushist.com/index.php/philosophical-articles/2386-aristotel-politika-kratkoe-soderzhanie> (Дата обращения: 20.02.2016).

5. Градостроительство Древней Греции – [Электронный ресурс] // Студопедия - ваша школопедия: сайт. - URL: [http://studopedia.ru/3\\_148520\\_gradostroitelstvo-drevney-gretsii.html](http://studopedia.ru/3_148520_gradostroitelstvo-drevney-gretsii.html) (Дата обращения: 20.02.2016).
6. Классификация Аристотеля форм государства – [Электронный ресурс] // Студопедия - ваша школопедия: сайт. - URL: [http://studopedia.ru/10\\_164189\\_problema-materii-v-filosofii-aristotelya.html](http://studopedia.ru/10_164189_problema-materii-v-filosofii-aristotelya.html) (Дата обращения: 20.02.2016).
7. Образ идеального государства у Платона, Аристотеля и Цицерона – [Электронный ресурс] // Антиглобалистское Сопротивление: сайт. - URL: <http://imperialcommiss.livejournal.com/999543.html> (Дата обращения: 20.02.2016).
8. Симонов Д. А. История философии в вопросах и ответах[Текст]: учебное пособие / Д. А. Симонов. – Москва: Проспект, 2006. – 272 с.

## СЕКЦИЯ 2.

### МАРКЕТИНГ

#### ПРОБЛЕМЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Игонин Антон Алексеевич*

*студент, 4 курс, факультет юридический, Кафедра Гражданский процесс, группа Юк-312, «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», РФ, г. Владимир*

Актуальность данной темы обусловлена постоянным развитием рекламного рынка и подчас не совсем успевающим законодательством Российской Федерации, которое не освещает все проблемы и тонкости в рекламной деятельности, что приводит к неисполнению норм о рекламе в системе права.

Быстрое развитие рынка товаров работ и услуг прослеживается в XXI веке. Бурное развитие влияет на права потребителей в данной сфере, вследствие чего требуется достоверная и качественная реклама. Поэтому необходимо такое же быстрое и целесообразное совершенствование законодательной базы Российской Федерации в сфере рекламной деятельности. От скорости принятия решения об изменении закона о рекламе, а именно той части, которая устарела или противоречит Конституции РФ зависит достоверность в организации рекламной деятельности.

Необходимо разобраться, что такое реклама. Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [3]. Данный вопрос регулируется Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015), а так

же другие нормативно правовые акты, принятые в соответствии с законом о рекламе регулируют создание, размещение и продвижения рекламы в обществе.

При выяснении факта нарушения законодательства о рекламе рекламодателем реклама производитель обязан уведомить лицо, упомянутое выше, которое в свою очередь обязано внести поправки или коренные изменения в свою рекламу для верного и безошибочного восприятия лиц, принимающих данную оферту в соответствии с Федеральным законом о рекламе.

Данный вопрос является актуальным и востребованным в связи разнообразием норм, законов и подзаконных актов, регулирующих сущность и содержание рекламы и рекламной деятельности.

Вследствие изменений, редактирований, систематизирования закона о рекламе подчас в современной практике встречаются спорные ситуации, возникающие из-за пробелов, белых дыр в нашем законодательстве.

Так спорными и подчас непонятными моментами являются информационные и стационарные вывески о месте нахождения и время работы предприятия либо производства юридического лица или индивидуального предпринимателя. Рассмотрев п.18 Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе (Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО № 37 25 декабря 1998 г). Торговая организация - рекламодатель использовала в стационарной наружной рекламе фразу: «В моей школе у многих ребят есть компьютер». Антимонопольный орган указал в своем решении, что названная реклама является недопустимой на основании статьи 20 Закона о рекламе, поскольку внушает непосредственно несовершеннолетним мысль убедить родителей или других лиц приобрести рекламируемые товары. В связи с этим антимонопольный орган направил рекламодателю предписание о прекращении нарушения и устранение всех банерных объявлений с улиц и с заставки телепередач.

Рекламодатель обратился в арбитражный суд с требованием о признании недействительными решения и предписания антимонопольного органа, сославшись на повествовательный характер данной фразы, отсутствие в ней признаков внушения и то обстоятельство, что слова «школа» и «ребята» применимы не только к несовершеннолетним. Рекламодатель в суде ссылаясь на то, что данное высказывание никоим образом не призывает к трате бюджета семьи и образования мыслей у несовершеннолетних о трате того самого бюджета.

В соответствии со статьей 20 Закона в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их легковерностью и отсутствием опыта не допускается при производстве, размещении и распространении рекламы внушения непосредственно несовершеннолетним, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемые товары, а также создания у несовершеннолетних нереального (искаженного) представления о цене (стоимости) товара, в том числе косвенным указанием на его доступность для любого семейного бюджета.

Повествовательный характер использованной в рекламе фразы значения не имеет, так как запрет на внушение несовершеннолетним мысли убедить взрослых приобрести рекламируемый товар и запрет на формирование у ребенка неправильного представления о соотношении цены с реальностью не поставлены Законом в зависимость от вида рекламоносителя или способа доведения информации до указанных потребителей.

Учитывая, что спорная реклама призвана оказать на несовершеннолетних воздействие искаженного представления о цене и склонение родителей к покупке рекламируемого товара, не допустимо Законом, оценка антимонопольным органом спорной рекламы как правонарушения является обоснованной.

Принимая во внимание изложенное, апелляционная инстанция отменила решение суда и отказала в удовлетворении заявленного рекламодателем требования[2].

Рынок рекламы в современном мире является неотъемлемой ячейкой, структурной единицей, механизмом рыночной экономики. Рекламный рынок является сферой всемирного обмена, включающего в себя в качестве товара – рекламные услуги и материалы. Данную сферу необходимо регулировать, изучать, можно сказать идти в ногу со временем, совершенствуя законодательную базу и нормы о рекламе в системе права. Особенностью рекламного рынка является, то что лица, в данном случае предприниматели, продвигая свои услуги, товары либо иное подчас не ознакомлены с действующим законодательством, а именно ФЗ «О рекламе», что подчас приводит к непониманию, что за рекламодаделец несет гражданскую ответственность, хуже того тратит время, усилие и денежные средства на судебные разбирательства и судебные расходы.

Данная тема обусловлена тем, что включает в себя различные виды рекламы, средства распространения рекламы, средства массовой информации. И все вышеизложенное должен понимать массовый потребитель, которому предлагают оферту – главный объект рекламного рынка<sup>3</sup>. Ведь законодатель пытается систематизировать, сделать данную информационную базу более понятной для объекта. Но, к сожалению, стоит отметить недостаточную проработанность законодательства о рекламе, например, о наружной рекламе, где можно считать случаи использования чужого товарного знака в своей рекламе. Для конкретики стоит рассмотреть случай, приведенного выше примера, где предприниматель рекламирует услуги, связанные с продукцией, помеченной индивидуализирующим обозначением. То есть организация поставляет детали или производит ремонт техники фирмы (Apple, Asus, DNS).

В данном случае рекламодаделец информирует, дают знать, что они производят ремонт данных фирм. Но судебная практика показывает, что владельцы данных знаков индивидуализации подают иски в суд, обвиняя в незаконном использовании товарного знака в чужой рекламе без их разрешения. На мой взгляд, было бы логично внести изменения по поводу использования индивидуализированного товарного знака в рекламной

деятельности, чтобы исключить спорные ситуации в работе физических и юридических лиц.

Следовательно, законодательное регулирование должно пересматриваться, вноситься ряд изменений в Федеральный закон «О рекламе», способствующих нормальному функционированию данного рынка. Так же законодательные органы должны учитывать «компьютеризацию» общества для того, чтобы иметь возможность стабильно и качественно регулировать просторы сети интернет относительно рекламы и рекламной деятельности в целом, чтобы отгородить обычных людей, пользователей от мошеннических действий преступников, пользующихся пробелами и коллизиями права в законодательстве о рекламе.

### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе».
2. Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО № 37 25 декабря 1998 г) // «СПС Консультант Плюс».
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Текст]: кодекс от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // Ст.437.

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ О ПОКУПКЕ НА РЫНКЕ B2B**

*Капустина Варвара Андреевна*

*студент Российской академии народного хозяйства и государственной  
службы,  
РФ, г. Новосибирск*

Маркетинг - это наука о принятии решений, борьба в нем разворачивается за потребителя, который купит какой-либо товар или услугу в конечном счете или нет. Особенно важно здесь понимать какой от знания о продукте до самой главной к покупке, т.е. принятию решений в пользу конкретного продукта прокладывается.

Цель маркетинга влиять на решения о покупках, создавать желание купить. Чтобы влиять на решения и знать, что их определяет маркетологу следует знать, как и почему люди покупают, как делают выбор в пользу того, а не другого товара и уметь применять эти знания на практике.

*Особенности рынков.* Многим известно разделение маркетинга на рынки B2C, B2 и G2B, B2G, которое в этой статье рассматриваться никак не будет. Рынок B2B работает в системе «бизнес для бизнеса», а рынок B2C – это «бизнес для конечного потребителя».

Покупатель на рынке B2B достаточно специфичен только потому, что это не физическое лицо, а юридическое. В зависимости от поведения покупателя делятся на 3 типа:

1) покупатель цены – это покупатель для которого ценность товара заключается в финансовой выгоде. Недорогой товар приемлемого качества.

2) лояльный покупатель – это покупатель которому трудно и затратно будет перейти на продукцию другого поставщика, он ценит функциональность и качество предоставляемой продукции.

3) покупатель ценности – это покупатель который проводит анализ предложения на рынке и выбирает предложение, которое принесет его наибольшую ценность и выгоду по предлагаемой стоимости.



И на тех и на других рынках ежедневно принимаются более миллиарда решений ежедневно. Но в отличие рынка B2C, где совершаются спонтанные покупки ради поднятия настроения, где роль удовлетворения сиюминутных потребностей и желаний очень велика, рынок B2B очень рационален при принятии своих решений - и эта одна из главных его особенностей. Ответственность за совершение покупок на B2C лежит только перед самим собой. А на B2B в ответе экономика целой компании. Главная цель покупок в B2B - это получение выгоды, для получения прибыли

*Принятие решений на рынке B2B.* Решение о покупке на рынке B2B принимается не отдельным человеком, а коллективом специалистов, который называется обычно «отделом закупок». Отдел закупок – это лица или группы лиц, которые участвуют в процессе принятия решения о закупке. Участники такого отдела имеют ряд общих целей и разделяют ответственность риска при принятии решения.

Основные различия рынка B2B и B2C по при совершении покупки:

- покупатель хорошо информирован о товаре, его характеристиках
- решение чаще принимается коллективно,
- проводится предварительное исследование цен и поставщиков,
- могут проводиться торги и тендеры,
- используется форма переговоров.

*Факторы, влияющие на принятия решения о покупке.* Существует 6 главных фактора, влияющих на решение о покупке на изучаемом рынке маркетинга:

- 1) соотношение функциональность и цены товара/услуги;
- 2) послепродажный сервис;
- 3) репутация компании;
- 4) сопровождающий менеджер;
- 5) достаточность информации;
- 6) личные отношения.

Не стоит забывать, что для бизнеса главное - это получение выгоды. Поэтому первым и ключевым фактором при принятии решения будет соотношение функциональность и цены товара/услуги. На рынке B2B как и на других тоже работает правило лучшее качество по лучшей цене.

Вторым фактором является послепродажный сервис, т.е. возможность поставщика стабильно осуществлять услуги по ремонту, сопровождению и помощи в использовании. Следующий фактор - это репутация компании продавца. B2B покупатели хорошо информированы о поставщике, его предложении и предложении его конкурентов, поэтому важную роль начинает играть имидж или репутация компании. Будущие клиенты должны получить подтверждение о качестве сотрудничества посредством отзывов клиента, желательно реальные, т.е. действительно полученные от клиентов и в достаточном объеме для большей картины.

На принятии решения также может значительно повлиять менеджер, а точнее отношения с ним. И это фактор четвертый. Менеджер – это главное связующее звено между поставщиком и заказчиком. Хороший и обученный менеджер предоставить всю необходимую информацию для принятия решения, будет правильно транслировать имидж компании, поддерживать репутацию и будет играть большую роль в подписании договоров о сотрудничестве, а плохой – главной причиной отказа сотрудничества с фирмой.

Всевозможные сертификаты, грамоты, благодарности, награды и упоминания в СМИ - также сослужат службу репутации компании. Таким образом, репутация поставщика складывается не только из отзывов, имиджа компании, персонала, а также может подтверждаться документально.

Пятый фактор - это количество достаточной информации о потенциальном поставщике: его надежность, анализ рынка на котором он работает, анализ цен конкурентов и их товара, варианты послепродажного сервиса, дополнительные условия и гарантии, примеры использования и многое другое. Здесь хорошо работает добавление реальности о продукте поставщика, например, проведение экскурсии, корпоративное видео, различные тестовые варианты продукта или

если это услуга, то ознакомительное пользование. Т.е. все то, что повлияет на будущее решение о покупке отделом закупок.

Не секрет, что при выборе поставщика на российском рынке особую роль личные отношения между продавцов и покупателем и- это фактор №6. Здесь конечно о рациональности говорить можно с трудом, зато всегда можно взять на вооружение.

В B2B маркетинге также не мало важно выделяться среди конкурентов, поэтому формирование УТП компании, может сильно повлиять на принятие решения. В УТП можно рассказать о главных выгодах и особенностях, плюсах сотрудничества, но главное не забыть указать уникальность своего производства и технологии, что нет аналог продукта даже еще не придуман в мире.

Кончено нельзя сказать, что на принятие решений действуют только рациональные факторы. Репутацию, личные отношения уже можно отнести к иррациональным. К последним можно также прибавить всплывающие бизнес клише о встречах в саунах перед подписанием крупных контрактов и симпатичных секретарей, отвлекающих внимания на переговорах. Все это может и не сыграет решающую роль в решении, но создаст эффект обрамления, который повлияет на скорость принятия решения о покупке/сотрудничестве.

*Выводы.* Рынок B2B достаточно специфичен, поэтому принятие решений работает в системе «бизнес для бизнеса» рационально и имеет ряд своих особенностей. Во-первых, решение о покупке усложнено тем, что оно принимается не одним человеком, а отделом, отвечающим за закупки и оформляется от юридического лица. Во-вторых, покупатель хорошо информирован о товаре, его характеристиках. В-третьих, могут проводиться торги и тендеры и использоваться форма переговоров.

Также есть 6 факторов, определяющих покупку на рынке. Первый фактор- это соотношение функциональность и цены товара/услуги; второй фактор послепродажный сервис, третий - это влияние репутации; четвертый фактор – это сопровождающий менеджер; пятый - достаточность информации, а шестой

– это личные отношения между поставщиком и покупателем. У всех перечисленных факторов есть 2 общие черты – это предотвращение рисков в глазах потенциальных заказчиков и демонстрация выгоды будущего сотрудничества.

### **Список литературы:**

1. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2000. – 213 с.
2. Барден Фил Взлом маркетинга: наука о том, почему мы покупаем / Фил Барден; пер.с англ. И. Антипкиной. - 3-е изд. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 304 с.
3. Голубков Е.П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М.: Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
4. Манн И. Маркетинг на 100%. Как стать хорошим менеджером по маркетингу. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008 – 384 с.
5. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. / А. П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2007. – 518 с.
6. Управление маркетингом: учеб. пособие / Под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2005. – 463 с.
7. Фасхиев Х.А. Принятие маркетинговых решений на основе количественной оценки объектов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. - № 5. – С. 14–34.

# ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОНЛАЙН-ПОКУПАТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

*Москеу Мутали Кайратулы*

*студент 3-го курса, кафедра «Менеджмент и маркетинг» Университета  
им. Сулеймана Демиреля,  
Республика Казахстан, г. Алматы-Каскелен*

*Смирнова Елена Валерьевна*

*научный руководитель, д-р PhD, ассоц. проф. кафедры «Менеджмент  
и маркетинг», Университет им. Сулеймана Демиреля,  
Республика Казахстан, г. Алматы-Каскелен*

**Введение.** Е-коммерция – одна из динамично развивающихся ниш современного маркетинга. С появлением широкого доступа к Интернету наблюдается существенное увеличение объема онлайн закупок среди казахстанцев. Интернет пока еще является развивающейся отраслью в современном бизнесе Казахстана, однако уже сегодня имеет огромный потенциал. Таким образом, е-коммерция создает условия для повышения конкуренции и предоставления услуг нового уровня, что в итоге может привести к расширению экономических границ как внутри, так и за пределами Казахстана.

Целью данной работы является изучение поведенческих особенностей казахстанских покупателей при совершении торговых транзакций через Интернет. В связи с целью были поставлены следующие задачи:

- выявить основные виды продуктов, приобретаемые через Интернет;
- раскрыть наиболее распространенные способы оплаты онлайн-покупок;
- определить наиболее важные критерии онлайн-шопинга.

**Обзор литературы.** Е-коммерция – сетевая информационная система, создающая инфраструктуру для покупателей и продавцов, благодаря которой они могут обмениваться информацией, производить транзакции и выполнять другие действия, связанные с транзакциями до, после и во время их осуществления [9]. Схема В2С (бизнес-потребитель) – это транзакции, которые позволяют потребителю искать товары и услуги в сети Интернет

[7, с.3]. Существуют несколько элементов В2С е-коммерции. Каталогизация, к примеру, это процесс отображения товаров, находящихся в базе данных, основываясь на категориях и подкатегориях выбранных клиентом. Так же, планирование и формирование заказа являются элементами е-коммерции по схеме бизнес-потребитель. Эти элементы рассматривают процесс запуска как индивидуальных, так и групповых заказов в облегченной и свободной форме. Также немаловажными аспектами В2С являются ценообразование и оценка затрат [6, с. 449].

С появлением онлайн-шопинга на рынке е-коммерции возникли такие явления как дезинтермедиация. Дезинтермедиация – это процесс передачи запросов розничного покупателя непосредственно производителю. Данный процесс устраняет цепочки дистрибьюторов и дилеров, тем самым понижая накладные расходы на логистику [3, с. 81]. Соответственно, дезинтермедиация – причина относительно низких цен товаров, предлагаемых в Интернете, что в свою очередь является привлекательным для потребителей и делает онлайн-магазины конкурентоспособными.

Однако актуальной проблемой онлайн-шопинга на территории СНГ являются способы оплаты товаров, приобретенных в Интернете. Так, например, в связи с тем, что в России кредитные карточки еще пока не получили широкого распространения среди населения, а почта выполняет собственные функции относительно неудовлетворительно, интернет-магазины вынуждены организовывать собственные службы доставки [1]. Таким образом, больше половины онлайн-покупателей оплачивают заказы наличными непосредственно курьерам. Похожая ситуация наблюдается в Казахстане. По итогам 2013 года, около 60% покупок в Интернете были оплачены наличными средствами, несмотря на значительный диапазон возможностей для оплаты [5]. Причиной тому явились проблемы с транспортными компаниями, услугами которых не удовлетворены интернет-магазины. Транспортные компании выполняют свою работу не оперативно, чем в итоге создают неудобства для клиентов в удаленных регионах. В результате, мы имеем 70% компаний, продающих

товары в Интернете в г. Алматы, 20% в г. Астане и лишь 10% в других городах Казахстана [2, с.3].

Основу е-коммерции в Казахстане составляют крупнейшие оффлайн-магазины, электронное правительство, сайты-купонаторы, мобильные операторы и организации, занимающиеся доставкой товаров из других стран и регионов [4]. Е-коммерция открывает двери для всевозможных вариантов развития тех высокопотенциальных видов бизнеса, которые по некоторым причинам не смогли и до сих пор не могут адаптироваться на традиционном рынке. Однако вопрос поведенческих особенностей покупателей, совершающих покупки онлайн, пока еще остается не до конца изученным.

**Методология исследования.** Данные для научной статьи были собраны посредством онлайн-сервера GoogleDocuments, на базе Google.com. Для сбора информации использовалась стихийная выборка, в результате чего 81 респонденту была выслана ссылка на опрос - <http://goo.gl/forms/HlUpHKAHoH>. Каждый потенциальный участник исследования имел возможность поделиться ссылкой с другими людьми. Таким образом, по методу «снежного кома» еще 28 человек приняли участие в исследовании. В результате было задействовано 109 человек, 107 из которых проживают в Казахстане. Двое респондентов, к которым случайно попал опросник, проживают в России, в связи с чем их анкетные данные не были включены в анализ. 52% опрошенных являются женщинами, в то время как 48% – мужчины. В возрастном соотношении, в большинстве оказалась группа людей от 15 до 29 лет – они составили 68,2% из 107 респондентов. 31,8% опрошенных принадлежат к возрастной категории от 30 до 44 лет.

Основой для составления опросника послужило исследование Г. Суреша, которое было направлено на изучение факторов, влияющих на онлайн-шопинг пользователей Facebook, проживающих в округе Намаккал, Индия [8, с. 416]. Исследование, проведенное нами, основывается на данных, собранных посредством онлайн-опроса, касающегося опыта казахстанцев в ведении онлайн-шопинга.

**Результаты исследования.** Анализ данных, полученных в ходе исследования, показал, что 70,1% принявших участие в опросе уже имели когда-либо опыт приобретения товаров в Интернете. Остальные 29,9% никогда не занимались онлайн-шопингом. Наиболее приобретаемыми товарами в Интернете среди казахстанцев оказались одежда и обувь (26,2%), подарки и сувениры (16%), а также различного рода аксессуары (11,1%). Относительно средний показатель у электроники и косметики/парфюмерии – 9,1% и 7%, соответственно; далее следуют украшения (5,8%) и детские товары (5,3%). Крайне низкие показатели продаж показывают товары для дома (3,1%), авто-товары (2,6%), продукты питания (1,6%) и мебель (1,6%). Наименьшим спросом в Интернете пользуются спортивный инвентарь (1,1%), сантехника (1,1%) и медицинские товары (0%). Это может быть связано с тем, что данные товары требуют детального изучения перед эксплуатацией, что в результате создает необходимость для более сложного процесса их приобретения.

Наиболее значимыми критериями онлайн-шопинга для покупателей оказались качество товара (12,8% респондентов), цена (11,6%) и доступ к продукции в любое время (10,7%). Также казахстанские покупатели высоко ценят разнообразие товаров, предоставляемых онлайн-магазинами – 9,1% респондентов указали этот вариант как наиболее важный. Относительно одинаково респонденты оценивают безопасность и способ оплаты при приобретении товаров в режиме онлайн – 7,9% и 7,2%, соответственно. Так же, 7,2% опрошенных отметили возможность возврата или обмена купленной продукции в Интернете как важный фактор е-коммерции (Таблица 1).

Относительно важными оказались такие факторы как сэкономленное время (5,3%) и наличие доставки (4,8%); далее следуют стоимость доставки (4,2%) и обратная связь (3,6%). Одной из наименее важных характеристик е-коммерции для казахстанцев оказалось обновление ассортимента, являющееся решающим фактором только для 2,9% опрошенных. В то же время, 2,5% респондентов отметили наличие доставки на дом и дизайн сайта как исключительно важные факторы для совершения онлайн покупок. Наименьшее количество участников



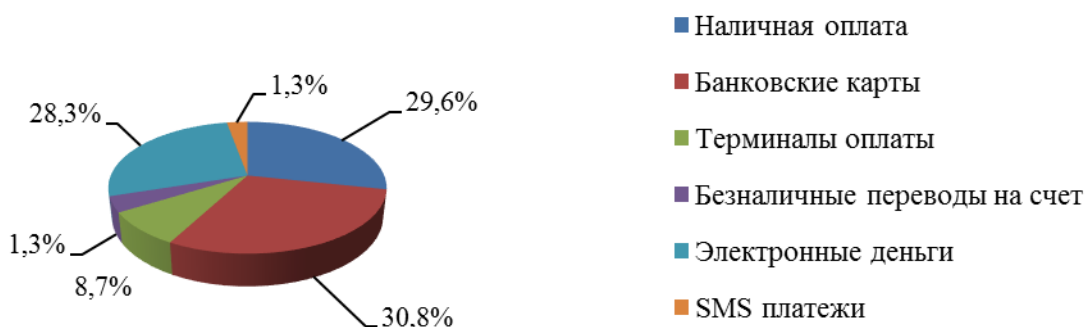
исследования (1,5%) обозначили рекламу на сайтах значимым аспектом, влияющим на онлайн-шоппинг.

*Таблица 1.*

**Наиболее значимые критерии онлайн-шопинга**

Критерий	Процент (%)	Критерий	Процент (%)
Цена товара	11,6	Наличие доставки на дом	2,5
Качество товара	12,8	Надежность	6,2
Разнообразие товаров	9,1	Способ оплаты	7,2
Обратная связь	3,6	Реклама	1,5
Дизайн сайта	2,5	Безопасность	7,9
Наличие доставки	4,8	Доступ в любое время	10,7
Стоимость доставки	4,2	Обновление ассортимента	2,9
Сэкономленное время	5,3	Возможность возврата/обмена	7,2

Что же касается способов оплаты, то наиболее популярными среди участников исследования оказались банковские карты (30,8%), наличная оплата (29,6%) и электронные деньги (Webmoney) (28,3%). Относительно малая часть, 8,7% респондентов, используют терминалы оплаты для перевода денег при совершении покупок в Интернете. Одинаковый процент опрошенных, по 1,3%, отметили варианты использования безналичных переводов на счет и SMS платежи как чаще всего используемые способы оплаты онлайн-покупок (Рисунок 1).



*Рисунок 1. Способы оплаты онлайн покупок*

**Заключение.** Результаты исследования показали, что повышение Интернет-грамотности населения послужило бы большим толчком в росте товарооборота в Интернете. Наибольшая часть покупателей в сети – молодое поколение, в то время как старшие поколения используют Интернет как место приобретения крайне редко. В итоге, е-коммерция теряет огромный

потенциальный сегмент, поэтому сайтам, предлагающим товары, необходимо обучить своих будущих клиентов процедурам ведения онлайн-шопинга самыми доступными путями (видео, билборды, листовки, и т.д.). Компании, задействованные в е-коммерции, должны постоянно анализировать и улучшать такие критерии как доступ к продукции, цена, качество и разнообразие товаров, совершенствовать способы оплаты и предоставлять услуги доставки. Также было выявлено, что медицинские продукты, спортивный инвентарь, сантехника и автомобильные товары пользуются наименьшей популярностью среди казахстанцев в рамках онлайн-шопинга. Сайты могут воспользоваться данной тенденцией и развить выше изложенные секторы в е-коммерции, таким образом создав платформу для их дальнейшего роста.

### **Список литературы:**

1. Завалишин Д. и др. Интернетско-русский разговорник. – М.: ООО «Прессверк», 2001.
2. Рахметулаева С. Б., Искаков Д. Сайт – как инструмент маркетингового продвижения компании в Казнете. – 2012. – С. 3.
3. Тардаскина Т. Н., Стрельчук Е. Н., Терешко Ю. В. Электронная коммерция. – 2011. - С. 81.
4. Хегай Д. Рынок электронной коммерции в Казахстане вырос в 2,5 раза. – 2013. – URL: <http://tengrinews.kz/markets/ryinok-elektronnoy-kommertsii-v-kazahstane-vyiros-v-25-raza-228993/> (Дата обращения: 11.03.2016)
5. CNewsИнтернет.Рынок электронной коммерции Казахстана превысил \$1,5 млрд по итогам 2013 г. – 2014 – URL: <http://internet.cnews.ru/news/line/index.shtml?2014/09/08/585290> (Дата обращения: 11.03.2016).
6. Kumar V., Raheja E. G. Business to business (b2b) and business to consumer (b2c) management //International Journal of Computers & Technology. – 2012. – Т. 3. – №. 3. – С. 449.
7. Rose G., Khoo H., Straub D. W. Current technological impediments to business-to-consumer electronic commerce // Communications of the AIS. – 1999. – Т. 1. – №. 5es. – С. 3.
8. Suresh G. A Realistic Study on Factors Influencing of Online Shopping of Facebook Users in Namakkal District //Benefits. – 2014. – Т. 2. – №. 11 – С. 416.
9. Varadarajan P. R., Yadav M. S. Marketing strategy and the internet: an organizing framework //Journal of the Academy of Marketing Science. – 2002. – Т. 30. – №. 4. – С. 296-312.

### СЕКЦИЯ 3.

## МЕНЕДЖМЕНТ

### ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИМИДЖ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Давыдова Юлия Денисовна*

*магистрант 1-го курса, программа «Управление человеческими ресурсами»,  
направление «Менеджмент», кафедра «Бухгалтерский учет, анализ  
хозяйственной деятельности и аудит», Астраханский государственный  
технический университет,  
РФ, г. Астрахань*

В настоящее время формирование организационной культуры, ее целенаправленное изменение и влияние на имидж предприятия является одним из актуальных вопросов современного управления человеческими ресурсами. Именно организационная культура как универсальный инструмент позволяет предприятию адаптироваться в условиях окружающей среды, во многом воздействуя на репутацию организации и формируя определенные представления у партнеров, конкурентов и потребителей услуг.

Безусловно, образ фирмы создают работающие в ней люди, и от их ответственности, квалификации и умения взаимодействовать с клиентами зависит успех и процветание предприятия. Но все же решающими условиями при создании имиджа организации является качество работы, высокие принципы культуры менеджмента, эффективность деятельности и надежность.

Проблему эффективного влияния организационной культуры на имидж предприятий исследовали как отечественные, так и зарубежные специалисты. Так, еще в 90-х гг. ученый, автор серии книг по теории организаций и общего менеджмента Стефан Роббинс рассматривал организационную культуру как «социальный клей», который способствует удержанию целостности организации за счет создания приемлемых стандартов поведения и мышления. По его мнению, именно личная инициатива, управленческая поддержка,

готовность рисковать, контроль, четкие цели, лояльность сотрудников, согласование действий и система вознаграждений являются наиболее ценными характеристиками на предприятии [2, 139]. В то же время, российские специалисты отмечают, что «способность фирмы создать ключевые ценности, которые объединяют усилия всех структур того или иного предприятия, является одним из самых глубоких источников успешной деятельности предприятия» [3, 36].

Однако данная проблема не имеет окончательного решения, поскольку, во-первых, у исследователей нет единого мнения относительно содержания понятия «организационной культуры», а во-вторых, с развитием предприятия формируется новая организационная культура, приобретающая другие механизмы и рычаги влияния на функционирование фирмы.

Стоит отметить, что динамичен и имидж организации, поскольку он создается исключительно целенаправленными усилиями каждого сотрудника и является достаточно неустойчивым, изменяясь под воздействием различных обстоятельств и факторов.

Следовательно, организационная культура как совокупность норм, условий и ценностей, выбранных, созданных и разделяемых коллективом с целью внутренней интеграции и адаптации к внешним условиям, наделяет имидж предприятия смысловым содержанием.

Само понятие «организационная культура» возникло относительно недавно. Под этим термином понимается система общего мнения и ценностей, убеждений, отношений и норм, которые связывают сотрудников и всю организацию в целом, и эта характерная черта отличает одну фирму от другой. Это основа жизненного потенциала предприятия [1, 25].

Так, например, каждый из нас бывал в ресторане “McDonald’s”, наблюдал знакомую обстановку, меню и ел приготовленную пищу, которая отличается от любой другой. Чистота, квалифицированное обслуживание, дружелюбный персонал – вот основные условия функционирования компании. И, безусловно,

одной из основных составляющих успеха всеми известной сети быстрого питания является сильная организационная культура.

В основе любой организационной культуры лежит философия предприятия, которая разрабатывается в рамках общепринятых законов и положений. Кроме того, при разработке философии фирмы учитываются национальный состав сотрудников, их количество, региональная специфика, тип производства и уровень жизни. Именно она является основанием при разработке миссии, целей, общих правил и норм поведения. Общая философия объединяет членов организации, в противном случае – ее отрицание - может привести к возникновению конфликтов между работниками, потребителями, а также к снижению репутации предприятия, а в будущем – и к кризису и банкротству.

Ключевым понятием организационной культуры является человеческая среда, поскольку культура - это продукт взаимодействия между фирмой и коллективом в целом, сотрудником в частности и внешней средой, которая предъявляет определенные требования к существованию организации и формирует ее имидж.

Так что же такое имидж организации? Как организационная культура взаимодействует с внешней средой?

Имидж организации – одна из форм проявления организационной культуры. Это представление, которое формируется у окружающих под воздействием успешных и не очень удачных результатов деятельности предприятия. Его основой является гибкость, социальная ответственность, порядочность, надежность.

Имидж организации складывается из единства формы, содержания, профессиональных, деловых и нравственных характеристик. Именно гармоничное сочетание перечисленных выше факторов создает уважение к фирме, стабильное доверие и гарантирует длительный успех.

Помимо внутренних и внешних деловых и межличностных отношений сотрудников основу имиджа создает и официальная атрибутика – это и название организации, ее товарный знак, эмблема.

Безусловно, хорошая репутация приобретается не один год, на это уходит большое количество времени и сил, как физических, так и моральных. Однако утратить ее можно в любую минуту, даже секунду, зачастую из-за какого-то либо пустяка. Огромную роль играет честность, вежливость и умение быстро сориентироваться.

Но все же в большинстве случаев дешевле удержать старых клиентов, чем завоевывать благосклонность новых. И именно организационная культура позволяет сохранить преданность клиентов, ориентируясь сверху донизу на потребителя.

Конечно, существующие традиции, обычаи и стиль компании сформировались не сегодня. Организационная культура это и результат взаимодействия желаний основателей организаций и базовых установок работников, которые выработаны предыдущим опытом. Известные нам основатели популярных на сегодняшний день фирм (Генри Форд, Уолт Дисней, Стив Джобс) являлись важнейшими источниками создания организационной культуры. Эти яркие и сильные личности оказали влияние на становление и развитие организационной культуры своих компаний, ставших мировыми и до сих пор занимающих лидирующие позиции на рынке.

Ценность организационной культуры для самой фирмы заключается еще и в том, что она усиливает сплоченность и согласованность в поведении работников. А с точки зрения самих сотрудников, такая культура служит своеобразным компасом для выбора правильного типа поведения, который необходим для результативной работы предприятия.

Во многих случаях поддержание организационной культуры возложено на руководителей и менеджеров по управлению персоналом. Мероприятия по обучению, различные тренинги и семинары, ротация кадров и критерии оценки исполнения работ гарантируют, что отобранные кандидаты соответствуют организационной культуре предприятия.

Таким образом, влияние организационной культуры на имидж компании можно рассмотреть, сопоставляя ее структурные элементы с факторами формирования имиджа фирмы. Так, к символическому уровню можно отнести фирменный стиль, к внутреннему уровню – поведенческие образцы сотрудников, которые основаны на провозглашаемых ценностях, а к глубинному уровню – деятельность предприятия как единого целостного, то есть того, чего может достичь фирма, руководствуясь философией своей организации и базовыми представлениями ее членов.

Именно организационная культура помогает поддерживать устойчивые связи и отношения как внутри самой фирмы, так и с внешней средой. Она проявляется в поддержании связей с потребителями и поставщиками, в качестве выпускаемой продукции или товара, в содержании рекламы, во внешнем виде сотрудников и их отношении, в интерьере офиса и т.д.

Стоит отметить, что работа над имиджем является одной из стратегических целей эффективного менеджмента и маркетинга компании, достижение которой составляет часть организационной культуры. Любой аспект бизнеса – от качества продукции до настроения работников – влияет на имидж компании.

Следовательно, только организационная культура может обеспечить имидж предприятия в долгосрочной перспективе, а значит повлиять на ее результативность и способствовать увеличению прибыли.

### **Список литературы:**

1. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: учебное пособие / Т.О. Соломанидина - М.: Инфра-М, 2015. – 624 с.
2. Сурикова Д.А., Юрова О.В. Общее и частное в эволюции походов к понятию «организационная культура» // Экономика, управление, финансы: материалы II международной научной конференции (г. Пермь, декабрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 137–141.
3. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: учебное пособие для студентов вузов / О.Г. Тихомирова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 151 с.

## **РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ**

*Елисеев Игорь Алексеевич*  
*магистрант ИСОиП (филиал) ДГТУ,*  
*РФ, г. Шахты*

*Васнев Сергей Леонидович*  
*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. ИСОиП (филиал) ДГТУ,*  
*РФ, в г. Шахты*

Корпоративная культура промышленного предприятия – это формальная система, которая специально создается на предприятии для более эффективного достижения поставленных целей, адаптироваться к быстро меняющейся среде, приобрести мобильность, гибкость, повысить конкурентоспособность предприятия в условиях рынка. Как социальный феномен, оказывающий значительное влияние на взаимоотношения и деятельность персонала, она находится в центре внимания многих отечественных и зарубежных исследователей. Развитие корпоративной культуры промышленного предприятия предполагает ее формирование, поддержание и изменение. Изменения корпоративной культуры крупного промышленного предприятия должны основываться на формировании корпоративной системы ценностей, отвечающей рыночным условиям.

Универсального определения понятия «корпоративная культура организации» пока не существует. И это несмотря на то, что данный термин «корпоративная культура» встречается часто в научных работах отечественных и зарубежных ученых.

Трудности определения содержания понятия «корпоративная культура» обусловлены неограниченностью его взглядов, а хорошо осознаваемой сложностью понятия, исторической эволюцией его содержания, пересечением с другими концепциями и т. д. [1]. Чтобы дать полное определение «корпоративная культура», необходимо рассмотреть такое понятие, как «внутренняя культурная среда организации». Она представляет собой систему формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев



и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников и т. д. [2].

В этой системе неформальная составляющая — организационная культура, которая является самоорганизующейся системой, формирующейся независимо от топ-менеджмента. Формальная подсистема — это корпоративная культура. Она специально формируется топ-менеджментом организации для более эффективного достижения поставленных целей.

Дадим несколько самых распространенных определений корпоративной культуры:

1. «Система отношений, действий и артефактов, которая выдерживает испытание временем и формирует у членов данного культурного общества довольно уникальную, общую для них психологию» (П.Б. Вейл) [3].

2. «Вошедший в привычку, ставший традицией образ мышления и способ действия, который в большей или меньшей степени разделяют все работники предприятия и который должен быть усвоен и хотя бы частично принят новичками, чтобы новые члены коллектива стали «своими» (Э. Джекс) [3].

3. Корпоративная культура – это система ценностей и правил поведения, которые поддерживают и разделяют все сотрудники предприятия, определяют общий настрой и психологический климат в коллективе.

Усиливающаяся конкуренция среди промышленных предприятий увеличивает интерес российских менеджеров к вопросам развития корпоративной культуры, что неминуемо приводит к острой борьбе за конкурентоспособный кадровый потенциал. Отсюда возникает и необходимость поиска новых кадровых решений.

Технологии и производства строительной отрасли зачастую однотипны. Менеджерам приходится искать конкурентные преимущества в других факторах производственной деятельности – в отрасли быстро формируется направление долгосрочных инвестиций в персонал. Соответственно, модернизируются социально-трудовые отношения, методы управления персоналом.

Большинство международных компаний уже давно работают по принципу «Люди – наша главная ценность». В нашей стране также приходит осознание необходимости создания положительного образа компании в глазах не только реальных, но и потенциальных сотрудников.

Существует ряд общепринятых факторов привлекательности компании, как работодателя. Обычно их делят на два вида:

Материальные факторы:

- общий уровень дохода сотрудников по сравнению с другими компаниями;
- социальный пакет (страхование, декретные программы, программы для детей сотрудников, спортивные, направленные на поддержку здоровья и пр.).

Нематериальные факторы:

- карьерные возможности. Потенциальные сотрудники должны знать о возможностях карьерного роста в компании. Статистические данные о том, сколько человек построили карьеру в конкретной организации, также положительно влияют на формирование имиджа предприятия.
- репутация компании на рынке как компании, попасть в которую любому соискателю считается честью. Такие работодатели предлагают не только хорошие условия труда и высокую заработную плату. В первую очередь, сотрудник проходит настоящую «школу жизни».
- общая атмосфера внутри компании.

Эти факторы являются слагаемыми корпоративной культуры предприятия.

В практике управления существует деление корпоративной культуры промышленного предприятия на субъективную и объективную [4].

Объективную корпоративную культуру обычно связывают с физическим окружением, создаваемым на предприятии: здание, его дизайн, место расположения, оборудование и мебель, цвет, объем пространства, удобства, кафетерий, комнаты приема, стоянка для автомобилей и сами автомобили. Все это в той или иной степени отражает ценности, которых придерживается промышленное предприятие.

Субъективная корпоративная культура, называемая еще управленческой культурой, проявляется в стратегических, тактических и оперативных решениях, в формах осуществления деловых коммуникаций между сотрудниками.

Как показала практика, в организациях существует три контингента сотрудников, влияющих на процесс развития корпоративной культуры: первый (топ-менеджмент) ее определяет, второй (кадровые и PR-менеджеры) – транслирует, третий (средний менеджмент) – проводит основные идеи сверху вниз [5].

Крупное промышленное предприятие на юге России – это группа компаний «Юнитайл» – ведущий отечественный производитель широкого спектра строительных и отделочных материалов. Заводы компании выпускают кирпич, облицовочную плитку, керамогранит, сухие строительные смеси.

История этого предприятия началась с 50-х годов прошлого века с Воронежского завода керамических изделий. На сегодняшний день в холдинг входят два завода по производству облицовочной плитки, керамогранита и декоративных элементов – ООО «Шахтинская керамика» (Ростовская область) и ООО Воронежская керамика, а также Владимирский карьер тугоплавких глин (Ростовская область), ООО торговый дом «Стройфарфор» и дистрибьюторское подразделение ООО «Параллель» (20 филиалов). В компании работает более двух с половиной тысяч человек.

Безусловно, основы корпоративной культуры были сформированы еще на ранних этапах развития данного предприятия. Но управление корпоративной культурой подразумевает регулярный критический анализ ее соответствия целям коллектива, и, в случае необходимости, изменение. Для того чтобы ее изменить, руководству нужно пересмотреть и откорректировать поведение людей в коллективе и закрепленную временем систему ценностей.

Анализируя корпоративную культуру холдинга «Юнитайл», руководство преследовало три цели: во-первых, проведение полного качественного анализа корпоративной культуры, во-вторых, определение типа корпоративной

культуры предприятия, и самое главное, анализ ее влияния на эффективность управления предприятием.

С этой целью был разработан механизм анализа корпоративной культуры, включающий переменные, характеризующие структуру власти и отношения в ней, формализацию деятельности и отношение персонала к ней, долгосрочную ориентацию персонала, а также следование персоналом этическим нормам.

В целом анализ показал, что проблемной областью, препятствующей развитию предприятий, является корпоративная культура, сформировавшаяся на сегодняшний день и противоречащая требованиям рынка. Однако изменение этой ситуации – вопрос времени, ведь мгновенно модернизировать то, что строилось десятилетиями, невозможно.

Один из положительных моментов проводимого исследования можно назвать наличие сильного среднего звена, которое крайне важно с точки зрения распространения и укрепления корпоративных ценностей, характерных для данного предприятия. Ведь среднее звено – это не просто механизм управления людьми, это информационный канал, обеспечивающий прохождение управленческих решений и обратную связь. Это важнейшее звено в передаче новых ценностей, принятие которых всем персоналом очень важно для адаптации организации к изменениям во внешней среде.

На многих промышленных предприятиях в настоящее время внедрены системы качества, поэтому важно, чтобы корпоративная система ценностей не противоречила принципам используемой системы качества.

В заключение необходимо отметить, что менеджерам российских предприятий необходимо иметь в своем распоряжении инструменты, позволяющие управлять, изменять и поддерживать корпоративную культуру на уровне, отвечающем стратегии развития предприятия.

## Список литературы:

1. Шинкаренко О.Н. Корпоративная культура. Мифы и реальность. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://dis.ru/library/571/27403/>. (Дата обращения 1.02.2016).
2. Спивак В. А. Корпоративная культура. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.
3. Родин О. Концепция организационной культуры: происхождение и сущность // Ассоциация развития управления, Менеджмент. – 1998. – №7. – С. 67–77.
4. Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // Управление персоналом. – 1999. – № 11. – С. 39–44.
5. Ткачук Т. Капитал дальнего плавания // Секрет фирмы. – 2004. – № 12 (51). – С. 17–23.

## **К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДАХ ФОРМИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Земскова Александра Александровна*  
*магистрант, кафедра Менеджмента, Самарский государственный*  
*экономический университет,*  
*РФ, г. Самара*

*Кривцов Артем Игоревич*  
*научный руководитель, д-р экон. наук, проф., кафедра Менеджмента,*  
*Самарский государственный экономический университет,*  
*РФ, г. Самара*

Взгляд на корпоративную культуру как на мощный источник конкурентных преимуществ разделяют ученые разных стран, активно изучающие особенности национальных управленческих практик. Активный диалог специалистов из различных государств и научных школ по вопросам диагностики организационной культуры – актуальная задача современного этапа развития российской науки управления.

Отечественные компании, которые добились высоких результатов на рынке, выдвигают на передний план проблемы организационного развития, повышения эффективности и качества труда, поиска дополнительных ресурсов для дальнейшего роста. Результаты теоретических и практических исследований внутренней организационной среды способствуют обретению новой идентичности и усилению конкурентных позиций растущих компаний.

Для российских предприятий развитие организационной культуры имеет особо актуальное значение. В условиях глобальной конкуренции, характеризующейся приходом на отечественные рынки западных конкурентов, которые в своем арсенале имеют большие финансовые резервы, возможность выживания на рынке, укрепление своих позиций связано, в первую очередь, только с человеческими ресурсами, сильными организационными традициями, культурой общения и др.

Можно выделить основные методы формирования и поддержания организационной культуры. К первичным методам относятся следующие:

## 1) Критерии отбора, найма, карьерного роста и увольнения сотрудников.

Необходимо подбирать сотрудников в компанию так, чтобы ценности работника совпадали с целями организационной культуры компании. Например, если организации нужен человек со знанием немецкого языка, но в дальнейшем подразумевается, что будет требоваться еще и знание французского, то эффективнее принять на работу сотрудника с базовыми знаниями французского или готового его изучать за счет компании.

Самой высокой формой проявления эффективной корпоративной культуры является идентификация работника с организацией, появление у него чувства сопричастности с ее жизнью. Компания заинтересована в том, чтобы ее сотрудники вели себя определенным образом, разделяли её ценности, правила и нормы, т.е. соответствовали существующие культура. Полное отождествление сотрудника с организацией означает, что он не только соблюдает нормы и правила поведения, но и внутренне полностью принимает ценности, выделенные в компании.

Известная компания *Вимм-Билль-Данн* – один из лидирующих российских производителей молочной продукции и соков. По словам менеджеров компании по работе с персоналом, главное для нее, чтобы каждый сотрудник чувствовал себя частью команды, работал на общий успех компании. Для сотрудников организации созданы благоприятные условия (своя футбольная команда), совместные праздники и поездки с семьями за город, программы обучения и развития персонала, стажировки за границей. Основная цель – создать команду единомышленников, соединить и укрепить патриотические чувства людей к своему предприятию.

## 2) Механизмы поощрения сотрудников, которые должны согласовываться с миссией и целями компании.

Поощряя или наказывая определенное поведение, руководители тем самым демонстрируют, какие действия являются выгодными для компании, а какие наоборот получают негативный отклик. При этом важен практический аспект

данного фактора, потому что поощрение или наказание идет за реальные действия, а не просто прописано в документах.

3) Стилъ поведения руководителей, оказывающий влияние на поведение подчиненных, в отношении более низких уровней управления.

Стилъ управления может быть как авторитарным, так и доверительным, влияющие на делегирование полномочий. В данном случае сами руководители выступают примером для своих подчиненных, способствуют формированию у них определенных ценностей и проиоритетов.

4) Точки концентрации внимания со стороны руководства.

Вопросы, на которых руководство концентрируется в большей степени, воспринимаются подчиненными как наиболее приоритетные и решаются с особой тщательностью и усердием. «Колин Маршалл, генеральный директор British Airways, присутствовал на большинстве семинаров по обучению персонала, как результат – легендарный успех компании». Концентрация внимания сотрудников на интересующих руководство аспектах, происходящая за счет уточняющих вопросов, небольших комментариев или замечаний, позволяет добиваться того, чтобы их деятельность имела нужное для компании направление. Таким образом, руководитель способен доносить до подчиненных, какие именно аспекты являются наиболее важными.

5) Поведение руководства в критической ситуации.

Способность менеджмента оперативно реагировать на изменения конъюнктуры рынка, нестандартно действовать при решении возникающих проблем, использовать новые эффективные методы для улучшения ситуации вносит уверенность и позитивность в восприятие сотрудниками руководства и фирмы в целом. В процессе могут формироваться новые принципы корпоративной культуры, новые нормы и ценности. Именно корпоративная культура в кризисной ситуации нередко оказывается решающим фактором, влияющим на дальнейшую возможность и успешность деятельности компании. Так, специалист в области маркетинга В. Оучи в качестве примера приводит ситуацию в некоторых американских корпорациях, которые во время



финансового кризиса вместо требуемого сокращения штата сотрудников просто снизили всем заработную плату, в том числе и менеджерам.

Существуют так же вторичные факторы. Они, как правило, менее мощные и хуже поддаются оценке, контролю и управлению. При этом если вторичные и первичные механизмы сонаправлены, они будут дополнять друг друга, усиливая корпоративную культуру. Если же они разнонаправлены, то вторичные механизмы будут просто игнорироваться, либо станут причиной конфликтов.

1) Структура организации может влиять на сплоченность сотрудников, так как сильно структурированная компания может сталкиваться с разобщенностью отделов и нарастанием противостояния между ними. Коллегиальное же решение проблем наоборот может снижать конфликтность.

2) Способы передачи и распространения информации.

Большая доступность информации для сотрудников и возможность участия в ее обсуждении способны сглаживать конфликты и способствовать усвоению норм.

3) Дизайн и оформление помещения.

Современный и комфортабельный офис формирует в глазах клиентов благоприятный имидж фирмы, создавая впечатление, что в организации четкие и продуманные корпоративные принципы, а отношение к клиентам будет столь же аккуратное и внимательное. Сюда же можно отнести различные символические методы, которые связаны с материальным воплощением основных идей и целей компании.

4) Мифы и легенды об истории предприятия.

В процессе осуществления компанией своей деятельности в ней накапливаются определенные истории и мифы о работниках и руководстве. Данные факты позволяют распространять между сотрудниками определенные принципы морали. Но минусом является то, что распространяемые истории не всегда могут рассказываться достоверно, не существует четкого контроля

того, что за информация распространяется между сотрудниками, и может возникать проблема «испорченного телефона».

5) Формальные правила, учитывающие миссию организации, позволяют улучшить информированность сотрудников о желаемом поведении их и других субъектов. Данные официальные заявления и документы также способны являться средством донесения до сотрудников корпоративных ценностей.

Для успешного поддержания культуры фирмы важно создать атмосферу доступности важной информации и «открытости» руководства. Во многих западных компания принята организация офиса по принципу «открытый план». Рабочие места организованы так, что понять, где заканчивается территория начальника и начинается территория подчиненного, невозможно. Это становится частью культуры компании. «У нас не только политика открытых дверей, но и «открытых окон», - говорит Петер Кнауэр, генеральный директор ООО «Кэдбери»: стены кабинета Кнауэра – это большие окна. В российских компаниях политика открытых дверей нашла не много откликов.

Сегодня корпоративная культура является одним из ключевых факторов успеха и мощным источником конкурентных преимуществ. Таким образом, формирование сильной корпоративной культуры и поддержания её на таком уровне является одним из возможных подходов к решению задач, связанных с повышением эффективности функционирования компании.

### **Список литературы:**

1. Грошев И.В. Организационная культура [Текст]: учеб. пособ. / И.В. Грошев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 288 с.
2. Гудкова Т.В. Особенности корпоративной культуры российских компаний. [Текст]: монография / Гудкова Т.В. – М.: Проспект, 2016. – 168 с.
3. Латфуллин Г. Организационное поведение [Текст]: учебник / Г.Латфуллин, О. Громова. - СПб: Питер, 2011. – 273 с.
4. Российский Журнал Менеджмента – [Электронный ресурс]. - <http://www.rjm.ru>.
5. Электронная библиотека – [Электронный ресурс]. - <http://grebennikon.ru>.

## **РОЛЬ КОМАНДЫ В ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Козадаева Олеся Станиславовна  
магистрант ФГБОУ ВО «СГЭУ»,  
РФ, г. Самара*

*Печерская Эвелина Павловна  
научный руководитель, д-р пед. наук, проф., директор Института  
систем управления ФГБОУ ВО «СГЭУ»,  
РФ, г. Самара*

В последнее время тема работы в команде является очень дискутируемой. В создание и тренинг команды вкладываются значительные суммы. Но часто порой наступает разочарование, когда обнаруживается, что отсутствует ожидаемый результат и эффект синергии. Хотя значительно усилилось «чувство общности».

Для обсуждения темы командообразования необходимо определить понятия термина «команда», что ее отличает от рабочей группы и какие признаки характеризуют хорошую команду.

Команды должны лучше и быстрее выполнять работу, чем отдельные исполнители, решать важные проблемы и достигать высоких результатов. Предприятия ожидают, что от эффекта синергии, присущего командной работе оно получит преимущества в качестве, сервисе, доходности, инновационности.

Команда - небольшое число сотрудников, которые обладают взаимодополняющими знаниями, умениями, навыками и усилия которых сконцентрированы на общей задаче. Для решения задачи, которая оказывает существенное влияние на успех организации, члены команды ставят для себя цели, которые необходимо достигнуть и разрабатывают для себя рабочую стратегию.

Число членов команды существенно влияет на ее работу. Если команда слишком маленькая, то будет недостаточно определенных знаний и умений, и наоборот, если слишком большая, то взаимодействие в ней становится трудным и недостаточно интенсивным. Оптимальными являются команды

численностью от 4 до 12 человек. Команды численностью больше 20 человек склонны к разделению на подкоманды.

В итоге в команде должны аккумулироваться вся необходимые знания и умения для достижения общей цели. При этом они должны быть различного типа. Это прежде всего первичные профессиональные навыки. также необходимо умение правильно выстроить работу команды, что помогает команды более эффективно принимать решения, анализировать проблемы и генерировать идеи. Члены команды должны быть коммуникабельными, уметь выстраивать отношения друг с другом, уметь быть конфликтными и обладать навыком конструктивной критики.

Члены команды должны иметь общую цель, чтобы развивать в себе необходимые качества, такие как способность к творчеству, предприимчивость, вовлеченность, энергия. Цель должна быть амбициозной и мотивировать к действиям, к напряжению сил. Также она должна быть понятной и соответствовать общей стратегии деятельности организации. Команды хотят быть востребованными и выполнять только те задачи, которые помогут улучшить положение предприятия. Однако цель должна восприниматься членами команды как достижимая, так как никто не захочет прикладывать усилия к недостижимой цели.

Для достижения поставленной цели необходимо разделить задачи исходя из навыков и умений каждого члена команды, определить график работ. необходимо обсудить правила взаимодействия в команде и «правила игры». Это непростой процесс и зачастую связан с конфликтами. Для этого как раз и набирают членов команды с различными навыками и умениями, так как это разнообразие обуславливает наличие разных взглядов на проблему и наличие разных методов и способов ее решения.

В команды в отличие от группы каждый несет ответственность за решение общей центральной задачи, а не за ее долю. Отсюда вытекает право на высказывание своего мнения по поводу работы команды и право быть услышанным. При принятии командой общей цели, каждый автоматически

принимает на себя ответственность за ее достижение, в связи с этим отпадает необходимость постоянно стимулировать и принуждать к работе другого члена команды. Данный вид общей ответственности просто не допускает равнодушного отношения к работе другого. Преодоление возникших трудностей и достижение промежуточных целей усиливают осознание общей цели.

Каждая команда имеет свою «индивидуальность». Она имеет свою историю развития, основанную на общих успехах и неудачах, грустных и веселых событиях. Команды имеют свой стиль поведения, стиль работы и даже стиль одежды.

Хорошую команду можно узнать по энтузиазму к работе ее членов. Они показывают всем, что работают не только ради заработной платы и сверх нормативно определенного времени.

В функционировании команды большую роль играет ее лидер. Он должен заботиться о членах команды и быть внимательным к их личным интересам.

Эффективные команды сами по себе образоваться не могут, они собираются вокруг признанного лидера. Прежде всего, лидер должен уметь руководить своей жизнью, а потом уже другими людьми.

Он должен получить признание команды. Для этого нужно:

- чтобы команда приняла его превосходство и признала профессиональные компетенции;

- команда должна полностью доверять действиям и решениям лидера, верить в его искренность и порядочность и другие человеческие качества.

Эффективный лидер должен:

- обладать видением целей и стратегией их достижения;
- уметь проводить анализ проблем и путей их решения;
- быть нацеленным на самый лучший результат;
- быть способным понимать состояние членов команды, способен сочувствовать;
- быть открытым и искренним в общении;

- уметь разрешать конфликты;
- уметь создавать творческую атмосферу;
- уметь мотивировать;
- уметь выявлять и реализовывать индивидуальные возможности каждого.

Не существует одной лучшей стратегии руководства. В зависимости от готовности участников рабочей группы выполнять задания руководителя, он должен использовать одну из 4-х стратегий:

1. «Директивное управление». Руководитель говорит, указывает, направляет, устанавливает. Жесткое назначение работ, строгий контроль сроков и результатов.

2. «Объяснения». Лидер «продает», объясняет, проясняет, убеждает. Сочетание директивного и коллективного управления. Объяснение своих решений.

3. «Участие». Лидер участвует, поощряет, сотрудничает, проявляет преданность. Приоритетное коллективное принятие решений, обмен идеями, поддержка инициативы подчиненных.

4. «Делегирование». Лидер делегирует, наблюдает, обслуживает. «Не мешать» — пассивное управление сформировавшегося лидера.

К командным игрокам также предъявляется ряд требований:

- он должен иметь активную позицию, увеличить свою ответственность и вклад в общее дело;
- должен совершенствовать профессиональные навыки, выдвигать новые идеи, направленные на достижение общей цели;
- должен гордиться и получать удовольствие от результатов работы;
- должен четко знать и понимать общие цели и стремиться к их осуществлению;
- должен быть уверен в себе и своих коллегах, оценивать их объективно и внимательно относиться к их интересам и мнениям, уметь конструктивно решать конфликты;

- должен быть оптимистом, видеть в каждой новой проблеме возможность улучшить свои навыки и умения.

Вместе с тем встречаются и патологии поведения, которые недопустимы в командной работе, такие как

- непорядочность, лживость, способность на низкие поступки;
- эгоцентризм, неуважение к партнерам по команде, отрицательная оценка других;
- завышенная самооценка, подчеркивание собственного превосходства;
- безответственность, свобода от обязательств перед другими.

Важным аспектом командной работы является ее мотивация. Так как ни одна задача не будет решена в срок, если у работника нет желания, найдется 100 причин, вместо того, чтобы найти хотя бы один способ ее решения. У каждого члена команды наравне с общей должна быть своя личная цель. Мотивация должна начинаться с подбора сотрудника в команду.

### **Список литературы:**

1. Стивен Р. Кови, «7 навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности», 2-е изд., – М., Альпина Бизнес Букс, 2012.
2. Томпсон Л., «Создание команды», – М., Вершина, 2011.
3. Hersey P., Blanchard K.H. “Management of Organizational Behavior”, 6th ed., Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 2011.

## **РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ФИТНЕС – УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

***Лещенко Кристина Антоновна***

*студент Института управления в экономических, экологических и социальных системах Южного федерального университета, РФ, г. Таганрог*

***Корсакова Татьяна Владимировна***

*научный руководитель, проф. Института управления в экономических, экологических и социальных системах Южного федерального университета, РФ, г. Таганрог*

Сложная экономическая ситуация в России, по мнению большинства экспертов, продолжает набирать обороты. Многие организации оказываются не в состоянии быстро менять свои стратегии, гибко реагировать на изменение потребительского спроса, обеспечивать высокое качество услуг. Казалось бы, о развитии бизнеса говорить сложно. Однако по данным маркетингового исследования российского рынка фитнес - услуг, проведенного компанией GLOBAL REACH CONSULTING (GRC), рост объемов рынка последние годы продолжался умеренными темпами, и в 2014 году объем рынка оценивался в 1,5 млрд. долл. (+17%) [4]. Анализируя данные Министерства спорта РФ, Росстата и ВЦИОМ эксперты утверждают, что в России доля лиц, систематически занимающаяся физической культурой и спортом, постоянно растет и в 2014 году оценивалась в 29%. Наибольшим спросом у россиян в 2014 году пользовались плавание (25%), групповые (19%) и силовые (18%) программы. Почти 11% клиентов фитнес-клубов предпочитали заниматься в тренажерном зале или посещать йогу, пилатес или стретчинг [3]. Возможно, это обстоятельство связано с тем, что индустрия фитнес-услуг становится одним из индикаторов качества жизни людей и механизмом запуска позитивного будущего. Как следствие, на рынке фитнес услуг возрастает большая конкуренция и для победы в этой борьбе необходимо постоянно искать способы повышения качества продуктов, процессов и сервиса.



Известно, что чтобы обеспечить эффективную жизнедеятельность компании в условиях кризиса, надо спрогнозировать доходы, составить несколько сценариев бюджета, найти возможности экономии на закупках, оптимизировать общехозяйственные расходы. Однако этого не достаточно, т.к. не позволит определить какой фактор сможет повлиять на будущий результат и как именно. Необходимо, параллельно с выполнением этих операционных задач, отыскивать новые возможности [5].

В поиске возможностей для фитнес – центра мы учитываем, что в целом российский рынок фитнес услуг в настоящее время насыщен не достаточно, и имеет хороший потенциал дальнейшего роста, в основном, за счет регионов. Анализ рынка фитнес услуг в городе Таганроге Ростовской области приводит нас к выводу, что 55% фитнес клубов предоставляют такую услугу, как групповые занятия, 90% предоставляют тренажерный зал (зал для пауэрлифтинга или зал для кросс - фита) и 100% фитнес клубов предоставляют услуги тренера. Эти клубы оказывают основной комплекс услуг, необходимый для занятий спортом. Комплекс дополнительных услуг ограничен.

Нам представляется, что внедрение новой услуги на основе идентификации потребностей, не сформулированных потребителем, но предположительно вызывающей энтузиазм на пути продвижения к нему, могло бы значительно повысить конкурентоспособность фитнес - центра. Большое значение для реализации этой задачи имеет предоставление возможностей персоналу почувствовать свою вовлеченность в процесс удовлетворения потребностей посетителей. Задача наращивания интеллектуального капитала организации и эффективного использования ее человеческих ресурсов приводит нас к необходимости создания такого процесса, как «управление знаниями», который имеет огромные резервы для долгосрочного роста организации.

Мы исходим из того, что управление знаниями – это создание условий, при которых будет возможно «изменять содержание процессов, лучше организовывать более сложные, более коммерчески целесообразные знания

в головах людей, изменять их поведение, чтобы они стали точнее, быстрее, лучше и с меньшими затратами осуществлять более сложные процессы, повысить удовлетворенность от своевременного решения возникающих проблем, а значит, приносить больше удовлетворения клиентам и самой организации при получении более осязаемого коммерческого результата» [1, 568].

В теории создания организационного знания И. Нонаки и Х. Такеучи особое значение придается взаимодействию формализованного (явного) и неформализованного (неявного) знания [2]. «Спиральная модель» знания, разработанная учеными, основана на утверждении о том, что постоянная циклическая деятельность по созданию и развитию инструментов для накопления и распространения знаний в организации приводит к появлению нового организационного знания (Рис. 1).



**Рисунок 1. Спираль знаний И. Нонака и Х. Такеучи**

Первый этап в данной модели (социализация) заключается в том, что идея нового продукта существует в форме неявного индивидуального знания. В нашем случае у тренера появилась идея разработки методики, при которой человек будет правильно и легко дышать при выполнении физических упражнений. Он поделился своей идеей со своими коллегами, и тем самым,

запустил процесс социализации. В созданном специальном поле взаимодействия сформировался «банк идей», который привел к созданию так называемого дружественного знания.

На втором этапе (экстернализации) неявные знания преобразовывались в явные знания путем коллективных обсуждений с коллегами, а также и со своими клиентами. Выделялись плюсы и возможные минусы данной модели и внедрения ее в услуги фитнес центра. В результате возник новый проект «Легкое дыхание»

На третьем этапе (комбинирования) новая концепция была включена в систему коллективного знания. В итоге создано системное знание в виде программы, описания технологии занятий как результата комбинаций новой концепции и существующего знания. Так родилась новая дополнительная услуга.

И наконец, на последнем этапе (интернализации) – явные знания снова переводились в неявную форму. Инструкторы усваивали их, обучаясь в действии, создавая операционное знание об управлении новым процессом, использовании новой услуги, о новой системе продвижения на рынок и пр. Для создания организационного знания накопленное на индивидуальном уровне неформализованное знание должно быть социализировано другими сотрудниками организации, то есть начинается новый цикл создания знания на более высоком уровне.

Так возникла спираль познания в фитнес-центре, посредством которой вышеуказанные четыре процесса динамично взаимодействовали. Спираль возобновляется каждый раз при подъеме на новый уровень, расширяя базу знаний, применимых к разным областям деятельности организации. Таким образом, происходит постоянное развитие, приумножение и обновление знаний организации. В данном случае суть стратегии в современных социально экономических условиях заключалась в совершенствовании способностей нашей организации приобретать, создавать, аккумулировать и применять свои знания.

## Список литературы:

1. Корсакова Т.В., Корсаков М.Н. Междисциплинарный подход к управлению знаниями в современной коммерческой организации: восхождение по спирали // Экономика и предпринимательство. №8 ч.1. (61-1). 2015.
2. Нонака И., Такеучи Х. Компания — создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. М.: Олимп-Бизнес. — 2003. 320 с.
3. РБК. Исследования рынков. Российский рынок фитнес-услуг растет. 22.07.2015. Режим доступа: [http://marketing.rbc.ru/news\\_research/22/07/2015/562949996227906.shtml](http://marketing.rbc.ru/news_research/22/07/2015/562949996227906.shtml).
4. Типовой бизнес-план для фитнес-клуба. Режим доступа: <http://www.globalreach.ru/reports/biznes-plan-fitness-kluba.html>].
5. Sinha J., Naanaes K., Reeves M. Your Strategy Needs a Strategy: How to Choose and Execute the Right Approach, Harvard Business Review Press, 2015 г. Режим доступа: <https://www.safaribooksonline.com/library/view/your-strategy-needs/9781625275875/>.

## **ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ИМИДЖ КОМПАНИИ**

*Ракишева Диана Кенсаевна*

*студент магистратуры по программе «Управление человеческими ресурсами»,  
кафедра Бухгалтерского учета, Астраханского государственного  
технического университета,  
РФ, г. Астрахань*

В наше время все чаще мы сталкиваемся с понятием корпоративная культура. Корпоративная культура стала неотъемлемой частью большинства организаций, фирм компаний различных форм собственности и сфер деятельности. Будучи ещё не так давно, лишь модным словом, корпоративная культура, сегодня, приобрела большее значение как для самих компаний и их сотрудников, так и для потребителей. Немаловажную роль в зарождении и развитии корпоративной культуры в российских компаниях сыграли процессы глобализации в экономике. Корпоративной культуре не редко приписывают ключевую роль в формировании имиджа компании, её успешного развития и процветания. Действительно ли роль корпоративной культуры так важна для устойчивого и успешного развития компании и формировании положительного имиджа и престижа как среди сотрудников, так и для потребителей? «Стираются» ли личностные черты сотрудников компании как индивидов при наличии в компании с хорошо развитой корпоративной культурой?

Прежде всего необходимо понять, что же такое корпоративная культура организации. Существует достаточно много определений данному понятию. Согласно Э. Мишону и П. Штерну: «Организационная культура» есть совокупность поведений, символов, ритуалов и мифов, которые соответствуют разделяемым ценностям, присущим предприятию, и передаются каждому члену из уст в уста в качестве жизненного опыта» [1, с. 250]. Шейн определяет организационную культуру как совокупность коллективных базовых правил, изобретенных, открытых или выработанных определенной группой людей по мере того, как она училась решать проблемы, связанные с адаптацией

к внешней среде и внутренней интеграцией, и разработанных достаточно хорошо для того, чтобы считаться ценными. [2, с.358]. Он говорит о необходимости обучения новых членов группы этим правилам. По Э.Брауну «организационная культура - это набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеющей тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации» [3, с.35]. Среди российских учёных наиболее полное определение дал В.А. Погребняк: «Организационная культура - это особая сфера организационной реальности, которая состоит из комплексов специализированных и определенным образом упорядоченных материальных и виртуальных ресурсов и результатов труда работников, включающих в себя систему сложившихся межличностных отношений, объединяет совокупности взаимосвязанных организационных явлений и процессов, в недрах которых благодаря целенаправленным действиям персонала, осуществляемым сразу в трех обособленных культурных пространствах: производственном, экономическом и социальном происходит преобразование вышеназванных ресурсов и частичных результатов в конечные продукты деятельности системы в целом» [4, с.59].

Очевидно, что определений понятия корпоративной или организационной культуры достаточно много. Проанализировав несколько, корпоративная культура видится как некая совокупность норм поведения, установленных правил поведения в организации основанных на ценностях компании и разработанных для достижения и выполнения миссии и цели компании путём сплочения и объединения всех членов данной организации. Корпоративная культура базируется на ценностях компании, разделяемых всеми членами организации. Хорошо развитая корпоративная культура является важным стратегическим фактором, мобилизующим и объединяющим звенья на всех уровнях корпорации или компании для достижения поставленных целей. В корпоративную культуру могут входить такие элементы как дизайн помещения, единая унифицированная форма одежды, корпоративное обучение,

корпоративные издания и единый фирменный стиль, а также проведение совместных праздничных мероприятий. В компании с хорошо развитой корпоративной культурой сотрудник является как бы «лицом» компании. Важно не только каким образом он выполняет возложенные на него обязанности, но и как ведет себя при этом, как общается с клиентом или потребителем и даже то, как он при этом одет. Ведь все эти факторы будут важны при формировании у клиента или потребителя образа или иными словами имиджа данной компании. Рассматривая сотрудников компании в качестве носителей корпоративной культуры, членов одной большой команды, хотелось бы обратить внимание на формирование коллектива путем соотнесения себя с общей массой людей в организации, т.е. снижению значимости отдельного человека по сравнению с коллективом. и «стирание» личных, индивидуальных черт сотрудников. Не приводит развитие корпоративной культуры к «навязыванию» стандартов поведения для сотрудника? Следуя единому корпоративному стилю происходит как бы обезличивание работника, но в тоже время не желание к примеру участвовать в корпоративных мероприятиях, может вызвать осуждение и даже отчуждение со стороны коллег. Стоит ли обострять отношения с коллегами, противопоставляя свою индивидуальность? Вопрос достаточно спорный и неоднозначный. Думается, что все же корпоративная культура не должна поглощать работника полностью. Цель руководителя видится в создании такой корпоративной культуры, которая была бы заметна со стороны и не заметна внутри коллектива, была бы максимально комфортная для участников коллектива. Сотрудник должен ощущать себя частью компании, чувствовать ответственность за имидж, которые формируется о компании именно от общения с одним конкретным представителем. Корпоративная культура это своеобразное единство, сила организации, создавая и развивая которую руководитель прежде всего решает вопрос создания благоприятного впечатления потребителей и достойного имиджа со стороны конкурентов.

Имидж корпорации — это своеобразная медаль, одна сторона которой представляет собой внутренний образ компании, то есть шествующий в сознании членов корпорации, а вторая — ее внешний образ, предназначенный для партнеров, конкурентов. Основная забота руководства компании — это внешний облик организации, так как от этого во многом зависит успех ее деятельности в конкурентной среде. Имидж компании - это образ организации, существующий в сознании людей, который формируется в сознании лиц и организаций под воздействием контактов с компанией. Можно даже сказать, что у любой организации существует имидж вне зависимости от того, кто над ним работает и работают ли над ним вообще. Образ фирмы, который существует в сознании сотрудников - это ее внутренний имидж. Образ фирмы в сознании клиентов, конкурентов, партнеров, то есть людей, не входящих в число сотрудников, - это внешний имидж. Образ фирмы появляется в сознании потребителей под воздействием различных контактов с фирмой: общение с сотрудниками, приобретение товаров и услуг. Имидж организации можно рассматривать как существующую в сознании людей систему представлений (образов) и оценок, объектом которых она является. Зачастую, стремясь создать благоприятный имидж многие компании стремительно развивают корпоративную культуру. Так ли сильно влияет корпоративная культура на имидж компании? Вопрос достаточно спорный. С одной стороны хорошо развитая корпоративная культура, основанная на соблюдении всех принципов и ценностей компании будет характеризовать фирму как надежного поставщика товаров и услуг для клиента. Слаженности работы и ответственность за свою работу безусловно привлечет клиентов в компанию. Вежливое и оперативное обслуживание, единый фирменный стиль не может оставить плохого впечатления для потребителя. Приверженность традициям и сохранения ценностей компании безусловно сделает её привлекательной для партнёров. Сплочённый коллектив с хорошо развитыми корпоративными традициями снизят процент «текучести» кадров, а также сделают компанию сильной в глазах конкурентов. И наоборот, компания,



не заботящая об имидже, не пропагандирующая никаких ценностей вряд ли завоюет клиентов и будет привлекательна для партнёров. Таким образом видится, очевидным влияние корпоративной культуры на формирование имиджа, образа компании как в глазах клиентов и конкурентов, так и внутри коллектива. Однако, можно привести и аргументы отсутствия такого влияния. Например, вы являетесь потребителем какого либо товара, к примеру хлеба или кондитерских изделий. И вам, как клиенту совершенно все равно будет ли упакован скажем хлеб и пирожные в фирменный пакет, а на продавца будет фирменная одежда или же вам достаточно того, чтобы хлеб был свежим и вкусным, а продавец опрятным. И уж совсем наверняка все равно или по крайней мере маловажно сколько лет данной компании, какова её история и в каком последнем корпоративном мероприятии участвовал тот или иной сотрудник. Ваше впечатление, то есть имидж о данной кондитерской будет складываться на основе качества или его отсутствия у товара в данном случае хлеба или торта и оптимальной цены на него. И наоборот, придя в магазин с фирменной символикой и всеми атрибутами корпоративной культуры можно обнаружить хлеб не свежим, а продавца грубым или же столкнуться с необоснованно завышенной ценой, в котором по вашему мнению и входят затраты на всю фирменную атрибутику. Имидж вряд ли будет положительным для вас. Таким образом, можно сделать вывод о том, что безусловно корпоративная культура важна для формирования имиджа и преимущественно важен так называемый «невидимый» её компонент, а именно ценности и миссия компании. Основными из которых должны быть: забота о качестве товара или услуги, забота и внимание к удовлетворению потребностей клиента (посредством культурного и вежливого обслуживания), поддержание благоприятного климата в коллективе для его нормальной, стабильной работы. Таким образом, очевидно, что разработка корпоративной культуры должна начинаться именно с разработки и внедрения в компании основных ценностей, принципов работы, при успешной реализации которых внешняя оболочка корпоративной культуры будет её незаменимой составляющей.

Большую популярность приобретает и находит свое распространение и развитие корпоративная культура компании. Любая фирма не зависимо от вида деятельности и даже форм собственности на определенном этапе своего развития задумывается о создании и развитии корпоративной культуры своей компании. Будучи еще совсем недавно западным заимствованием, корпоративная культура прочно сформировалась во многих российских компаниях. Нельзя не учитывать ту роль, которую играет корпоративная культура в формировании образа, имиджа, впечатления о компании, которое складывается как у клиентов, партнеров, конкурентов, так и у самих сотрудников, а также кандидатов в сотрудники той или иной компании. Корпоративная культура развитая на должном уровне сделает такую компанию привлекательной как партнера, так и потенциального работодателя. Корпоративная культура имеет и ряд недостатков. Одним из которых, на мой взгляд, является «стирание» индивидуальных качеств отдельно взятого сотрудника. Безусловно, развитие корпоративной культуры важно для имиджа компании, ее престижа, развития. Главная цель руководства компании – посредством корпоративной культуры создать благоприятный желаемый имидж о предприятии, создавая при этом комфортные условия для работы сотрудникам и восприятия их как части единого целого с сохранением индивидуальных черт.

### **Список литературы:**

1. Michon C., Stern P. La dynamisation sociale. - P.: Ed. D' organisation, 1985 – С. 250.
2. Shein E.H. Organizational Culture and Leadership: A dynamic view. - San Fransisco. CA.: Jossey-Bass Inc., 1985 - С.358.
3. Brown A. Organisational Culture. / A. Brown. - London: Pitman Publishing, 1995 - С.35.
4. Погребняк В.А. Культура организации как объект регулярного управления // Вопросы управления предприятием - № 1(13) 2005 - С.59.

## СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА

### СОСТОЯНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

*Еремичева Анастасия Николаевна*

*студент 4 курса направления подготовки «Бизнес- информатика» филиала  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»,  
РФ, г. Армавир*

*Кабачевская Елена Анатольевна*

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц., преподаватель кафедры  
экономики и менеджмента филиала  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»,  
РФ, г. Армавир*

В настоящее время в экономике России ключевым источником роста эффективности производства, насыщения рынка необходимыми товарами, услугами и повышения уровня жизни населения является развитие малого и среднего предпринимательства.

Малое и среднее предпринимательство способно быстро реагировать на изменение спроса. Небольшие размеры малых предприятий, их технологическая, управленческая гибкость позволяют чутко и своевременно отвечать на изменяющуюся конъюнктуру рынка путем быстрого восприятия технических новинок, перестройки номенклатуры и ассортимента продукции.

Предпринимательство – это система хозяйствования, основой которой выступает комплекс природных, материально-технических, трудовых и интеллектуальных ресурсов, объединённых для получения предпринимательского дохода на инновационной и рискованной основе.

Под предпринимательством как формой профессиональной деятельности понимается система хозяйствования, при которой главным ее субъектом является предприниматель.

Малое предпринимательство - один из ведущих секторов, во многом определяющий темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта.

Малым и средним предпринимательством признается самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Можно указать на его следующие *преимущества*: более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования, большая независимость действий малых и средних предприятий, гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений.

Однако малому и среднему предпринимательству присущи и определенные *недостатки*, среди которых: более высокий уровень риска, чем обусловлена высокая степень неустойчивости положения на рынке, большая зависимость от крупных компаний, ошибки в управлении собственным делом, слабая компетентность руководителей, повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования.

### **Состояние малого и среднего бизнеса в Краснодарском крае.**

*Малый и средний бизнес (МСБ)* – наиболее многочисленный и мобильный сегмент экономики, проводник товаров и услуг к частным потребителям. Но это и самый уязвимый сектор. Без всесторонней поддержки он недостаточно конкурентоспособен, прежде всего на мировых рынках.

Ведущие позиции Краснодарского края в стране по уровню развития МСБ отмечены неоднократно, по основным показателям (количество предприятий, товарооборот, численность занятых в малом и среднем бизнесе) он входит в тройку лидеров. На начало текущего года на Кубани работало порядка 300 тысяч субъектов малого и среднего бизнеса. В крае наибольшее количество индивидуальных предпринимателей среди всех российских регионов. Такой широкий круг предприятий МСБ – большой плюс для региональной экономики, но и проблем в их деятельности, требующих решения, множество.

Безусловно, с одной стороны, активной предпринимательской деятельности способствует уникальность Краснодарского края (климатические условия, географическое положение, природные ресурсы, а в последние годы – и статус территории проведения масштабных спортивных мероприятий). С другой стороны, органы власти уделяют большое внимание развитию малых форм бизнеса. На Кубани действует целый комплекс программ, направленных на улучшение бизнес-среды для малых и средних компаний. Реализована долгосрочная целевая программа «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае» на 2009–2012 годы с объемом финансирования 1,7 млрд. рублей. Утверждена новая краевая целевая программа на 2013–2017 годы с объемом финансирования 760 млн. рублей за счет средств краевого бюджета. Из разных уровней бюджета на 2013 год в целом на меры господдержки предусмотрено около 1 млрд. рублей.

На мероприятия государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в 2014 году в федеральном бюджете предусмотрено более 21,5 млрд. рублей, что больше на 1,5 млрд. по сравнению с прошлым годом. Речь идет о субсидиях, которые распределяются по регионам пропорционально удельному весу субъектов МСБ. В прошлом году при распределении средств в регионах акцент был смещен с прямого финансирования предприятий на поддержку инфраструктуры (гарантийных и микрофинансовых фондов, бизнес-инкубаторов и промышленных парков).

Одним из финансовых инструментов помощи МСБ является кредитование с участием Гарантийного фонда поддержки субъектов малого предпринимательства Краснодарского края. Его основная задача – содействие доступу к заемным ресурсам субъектам МСБ, не имеющих достаточного залогового обеспечения. Соглашение о сотрудничестве с фондом заключили 22 кредитные организации, из них 7 – краевые банки. К началу 2013 года Гарантийный фонд предоставил поручительства 173 предприятиям на сумму 571 млн. рублей, обеспечив выдачу им банковских кредитов на сумму 1,1 млрд. рублей.

Аналогичные структуры работают практически во всех российских регионах, но масштабы их деятельности еще слишком малы.

На 2014 год Администрацией края установлен параметр кредитования субъектов МСБ в размере не менее 350 млрд. рублей. Динамика прошедшего периода текущего года позволяет предположить возможность достижения этого ориентира. Следует отметить, что планируемые темпы роста практически на уровне результатов прошлого года (немногим более 10%). Планка для объема кредитования могла бы быть и выше, но ряд факторов оказывал негативное влияние на эту сферу (в частности, повышение требований к индивидуальным предпринимателям по увеличению страховых взносов, что в начале года привело к сокращению их количества).

По масштабам кредитования МСБ Краснодарский край находится на ведущих позициях: по всем субъектам малого и среднего предпринимательства он уступал только Московскому региону и г.Санкт-Петербург. Индивидуальным предпринимателям была выдана максимальная сумма среди всех регионов страны – почти 17 млрд. рублей. Для сравнения, предприниматели Санкт-Петербурга получили денег в 4,7 раза меньше, а Москвы – в 2,7 раза меньше. В ЮФО Краснодарский край лидирует, опережая – ближайший регион – Ростовскую область по выдаче ссуд представителям малого и среднего бизнеса на 28% или на 28 млрд рублей. Индивидуальные предприниматели Краснодарского края получили кредитов на 24% больше, чем в Ростовской области.



**Рисунок 1. Банки, выдавшие большое количество кредитов**

Развитие кредитования МСБ в существенной мере сдерживал низкий уровень платежной дисциплины предпринимателей. Высокая доля просроченной задолженности по кредитам – 25% на 1 июля 2014 года почти в 2 раза превышала средний показатель по корпоративному сектору. В структуре невозвратов на МСБ приходилось большая часть (80% или 45 млрд рублей) неоплаченных в срок долгов всех корпоративных заемщиков края.

Особенно быстро росла просрочка индивидуальных предпринимателей края – в прошедшем году она увеличилась на треть объема, тогда как по всему сектору МСБ – на 2,2%; за 6 месяцев т.г. – у ИП на 10,5%, а по всему МСБ – на 3,3%. Однако общий кредитный портфель субъектов МСБ рос более динамично (на 7,5% за I полугодие 2014 года), чем его просроченная часть.

И в конце можно подвести некоторые итоги. Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Важность малых и средних предприятий еще и в том, что ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка.

### **Список литературы:**

1. Коньшина О.А., Дудинская Т.К. – [Электронный ресурс] // Сайт «ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ». - URL: [http://sciencebsea.bgita.ru/2010/ekonom\\_2010\\_2/dudinskaya\\_problem.htm](http://sciencebsea.bgita.ru/2010/ekonom_2010_2/dudinskaya_problem.htm).
2. МСП банк – [Электронный ресурс] // Сайт «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства». - URL: [www.msppbank.ru](http://www.msppbank.ru).
3. Справочник по малому предпринимательству. Пустозёрова В.М., Соловьёв А.А. – М.: Приор, 2009.

## ПРОБЛЕМА ПЕРЕХОДА РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ С РСБУ НА МСФО

*Исакова Наида Магомеднабиевна*  
*магистр 1 года обучения, Дагестанского государственного*  
*университета,*  
*РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала*

*Алиева Надживат Магомедовна*  
*научный руководитель, ст. преподаватель Дагестанского государственного*  
*университета,*  
*РФ, Республика Дагестан, г. Махачкала*

В данной статье раскрыты определения Международного стандарта финансовой отчетности и Российского стандарта бухгалтерского учета. Раскрыты их различия, и способы их представления. А также, раскрыта значимость и проблема перехода российских компаний на международные стандарты финансовой отчетности.

Для того чтобы лучше понять проблему данного перехода, нужно для начала раскрыть эти два определения. Что же такое МСФО и РСБУ? МСФО – это общепринятые стандарты международного уровня, которые не предъявляют строгих требований непосредственно к бухгалтерии, но являются базовой основой для составления финансовой отчетности предприятия, помогая ее развивать и совершенствовать [3].

РСБУ – это российские стандарты бухгалтерского учета, которые используют только на территории РФ. Так какая же в них разница и что и что их может связывать? В МСФО данные подготавливаются в первую очередь для руководителей компаний, чтобы на основе этих данных было принято единственно верное управленческое решение. Именно поэтому одним из главных принципов МСФО является прозрачность предоставляемых данных, т.к. если эти данные не будут полностью отражать реальное финансовое положение компании, то это, впоследствии, может привести к неверному управленческому решению. В РСБУ отчеты, в первую очередь, подготавливаются для фискальных органов, органов государственного управления



и статистики, другими словами для налоговых органов. Международные стандарты финансовой отчетности не только позволяют повысить компании прозрачность их деятельности, но и расширяют возможности их всестороннего анализа, упрощают процедуру доступа к международным рынкам. Все это необходимо для того, чтобы в итоге повысить инвестиционную привлекательность компании, а также дать российским организациям на равных участвовать на международном рынке. Это стало особенно важным, после вступления России во всемирную торговую организации (ВТО). Ведь если ты хочешь быть конкурентоспособным на международном рынке, то ты должен принять мировые правила игры.

Также можно выделить следующие отличительные технические характеристики этих стандартов:

1) На какой период предоставляются данные. В отличие от РСБУ, где отчетность всегда подготавливается на конец отчетного года, и является строго зафиксированной, в МСФО не имеет значения, когда будет подготовлена отчетность. Главное, чтобы промежуток между ними повторялся от одной отчетности к другой, а также, в зависимости от надобности, руководство компании может дать распоряжение составить Промежуточную отчетность;

2) В МСФО важным считается упор на экономическое содержание предоставляемой финансовой отчетности, а в РСБУ это не главное. Здесь правила учета в большей степени ориентированы на юридическую форму предоставляемой отчетности и на строгие требования к документации.

3) В МСФО одним из важных принципов является – принцип соотнесения, он означает, что затраты должны отражаться в том же периоде, что и соответствующие доходы. А в РСБУ затраты не отражаются, пока не будут исполнены требования по документации.

4) В МСФО, в отличие от РСБУ, не допускается применение кассового метода признания доходов и расходов.

5) Валюта предоставления отчетности. В МСФО отчетность может быть представлена в любой валюте, а РСБУ только в валюте Российской Федерации.

Так каким же компаниям и для чего нужно переходить на МСФО? Потребность в составлении отчетности по МСФО возникает у следующих предприятий [1].

1) Это, например, такие компании, которые имеют партнеров за границей. Составление отчетности по МСФО позволяет им лучше понимать друг друга. Т.к. отчеты по МСФО подготавливаются на английском языке, а он является главным средством коммуникации в мире;

2) Компании, которые хотят привлечь инвесторов извне. Ведь, как известно, проценты по кредитам за границей намного меньше, чем в нашей стране. И предоставление финансовой отчетности в соответствии с МСФО обеспечит понимание иностранными инвесторами предоставляемой финансовой отчетности;

3) Компании, руководителей которых, интересует реальная ситуация на фирме, чтобы на предоставляемой прозрачной информации, можно было принять верное решение.

4) А также те компании, которые должны подготавливать отчетность в соответствии с МСФО, исходя из принятого закона об этих компаниях. Это такие организации, акции которых котируются на международном рынке, а также какие-либо страховые компании.

Исходя из этого, можно выделить много плюсов в переходе Российских компаний с РСБУ на МСФО. Это такие, как:

- 1) Повышение прозрачности информации;
- 2) Повышение информативности отчетности;
- 3) Улучшение сопоставимости показателей;
- 4) Увеличение возможности для анализа деятельности компании.

5) И как следствие, переход на МСФО облегчает доступ к международным рынкам капитала [2].

Так почему же российские организации не переходят на МСФО? Что им мешает? Существует несколько факторов, препятствующих полному переходу на международные стандарты:

1) Противоречивость российского законодательства;

2) Наличие различий между РСБУ и МСФО;

3) Огромные затраты;

4) Нехватка квалифицированного персонала, который бы специализировался именно на подготовке отчетности в соответствии с международными стандартами;

5) Не охотность предоставления руководителями компаний полной прозрачности финансовых отчетов;

6) Трудности перевода МСФО на русский язык.

Для того, чтобы полностью разобраться в проблеме этого перехода, раскроем два главных способа подготовки отчетности по МСФО [2]:

1) Трансформация данных российского учета в соответствии с МСФО;

2) Параллельное ведение бухгалтерского учета по российским и международным стандартам.

Каждый из этих способов имеет свои достоинства и недостатки. Трансформация бухгалтерской отчетности представляет собой представление отчета по МСФО путем перегруппировки данных, которые были подготовлены ранее в соответствии с РСБУ. Этот способ является менее затратным и не требующим внедрения каких-либо специализирующихся на этом программ. Этим методом могут воспользоваться сравнительно небольшие компании. В основном, отчетность здесь ведется в обычных электронных таблицах. В этом методе не существует единого алгоритма трансформации. Любой специалист имеет право сам принять решение, как правильнее будет трансформировать отчетность применительно к каждой отдельно взятой организации.

Достоинствами метода трансформации являются: простота обучения, невысокие временные и финансовые затраты, экономическая выгода при редком использовании и простота обучения.

Метод параллельного использования требует либо формирования бухгалтерской отчетности в двух системах отчетности, либо установления

такого программного обеспечения, которое бы позволило при введении информации однажды, выдавать отчетность в двух видах: как по РСБУ, так и по МСФО одновременно. Этот метод действует следующим способом, при вводе бухгалтерской записи один раз, результат будет выводиться как в базе российского учета, так и в базе по МСФО. При этом методе ведения бухгалтерской отчетности, компания делает большие инвестиции в программное обеспечение в начале, а потом просто нужно поддерживать и обслуживать эту систему.

Главным достоинством метода параллельного использования является – низкий риск получения не точной информации, в отличии от метода трансформации. Также здесь существует такое недостаток, как существенное внедрение дополнительных затрат, требует более продолжительного периода времени, т.к. этот процесс затрагивает многие области финансовой деятельности компании.

К преимуществам метода трансформации можно отнести незначительные финансовые и временные затраты, по сравнению с методом трансформации. Также, правильность предоставляемой отчетности напрямую зависит от квалификации исполнителя. Здесь на неточность информации могут повлиять субъективные оценки подготовки отчетности.

Так для чего же российским компаниям нужно переходить на МСФО? И что они от этого получают? Крупным компаниям, которые хотят выйти на международный рынок, нужно будет подготавливать отчеты по международным стандартам финансовой отчетности, так как после вступления России в ВТО это является обязательным условием для них. Мелким компаниям на территории РФ – это не обязательно, даже лучше сказать, что им это вовсе не нужно, так как это очень затратно и для этого необходимо привлечь извне высококвалифицированный персонал, специализированный на этом. Для крупных же компаний это весьма хорошо, у них выявляется больше плюсов, чем минусов. Они получают доступ на международный рынок, а это, в свою очередь, - новые рынки сбыта,

увеличение продаж, повышения статуса компании, и конечно же, что немаловажно – это привлечение новых инвесторов. Привлечение новых инвесторов способствует развитию компании, так как чем больше инвестиций она привлечет сейчас, тем больше прибыли получит в будущем.

### Список литературы:

1. Горшкова Светлана «Основные отличия МСФО и РСБУ» – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://ipp.spb.ru/index.php?id=3251&list=3&page=news\\_archive](http://ipp.spb.ru/index.php?id=3251&list=3&page=news_archive) (Дата обращения: апрель, 2013).
2. Коробкова Марина «**Основные проблемы перехода России на МСФО**» – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.ias.ru/publikacia/problemi\\_perehoda\\_msfo.html](http://www.ias.ru/publikacia/problemi_perehoda_msfo.html).
3. МСФО в России. Практика внедрения – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - <http://www.audit-it.ru/articles/msfo/a24744/490134.html> (Дата обращения: 14.09.2012).
4. Шишова Л.И. «Проблемы перехода российских организаций на международные стандарты финансовой отчетности» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-perehoda-rossiyskih-organizatsiy-na-mezhdunarodnye-standarty-finansovoy-otchetnosti> (Дата обращения: апрель, 2013).

## **ПРОБЛЕМА НЕРЕГУЛИРУЕМОГО ПРОЦЕССА ПРИТОКОВ МИГРАНТОВ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ**

*Истомина Ксения Сергеевна*

*студент Владивостокского Государственного университета,  
РФ, г. Владивосток*

*Дегтеренко Ксения Николаевна*

*старший преподаватель Владивостокского Государственного университета,  
РФ, г. Владивосток*

Вопрос миграции в Приморском крае, в частности, и в России в целом, на данный момент является одним из наиболее актуальных для многих регионов.

В виду своего географического положения и относительной экономической развитости Приморский край всегда привлекал иностранную рабочую силу. Иммиграция является одной из важнейших проблем народонаселения в Приморском крае и рассматривается как сложный общественный процесс, затрагивающий многие стороны социально-экономической жизни.

Целью работы является изучение проблемы нерегулируемого процесса притоков мигрантов в Приморском крае.

Задачи исследования: изучение миграции в Приморском крае, рассмотреть миграционную политику зарубежных стран, и возможные пути решения миграционного вопроса в Приморском крае.

В исследовательской работе использовали теоретические и исследовательские работы и статьи отечественных и зарубежных авторов, Приморского края и России, материалы в области миграционной политики средств массовой информации.

В настоящее время в Приморском крае, только по официальным данным, работает более 100 тысяч легальных иммигрантов, а точное количество нелегальных не может назвать никто (РГ.ру). В их число входят граждане ряда стран СНГ и ближнего зарубежья (Узбекистана, Таджикистана, Киргизии, Армении, Азербайджана, Украины, КНР, КНДР, Вьетнама). Причинами столь стихийного притока иностранной рабочей силы можно назвать быстрый темп

экономического роста крупнейших городов края, наличие рабочих мест и довольно лояльная политика Российской Федерации к вопросу трудовой миграции. Близкое географическое расположение Приморского края к восточноазиатским странам - КНР, КНДР, Вьетнам способствуют иммиграционным потокам указанных стран.

Область трудовой деятельности для мигрантов достаточно ограничена. Самой распространённым видом деятельности для мигранта является строительство. Они работают в основном, в тех сферах деятельности, где местное население отказывается работать, по причине низкой заработной платы, в следствие чего таких сферы деятельности как наука, здравоохранение, продажа и аренда недвижимости не являются распространёнными. Места считаются свободными от притязаний со стороны местных рабочих, только в том случае, если работодатель получит официальное разрешение на прием иностранных граждан, которое дается только с санкции службы занятости. Схожая ситуация происходит и на нелегальном рынке труда, ведь иностранные мигранты не создают значительной конкуренции местному населению. Сформировавшаяся в Приморском крае тенденция демографических процессов свидетельствует о дальнейшем снижении численности населения, об уменьшении числа лиц трудоспособного возраста, а также о нехватки рабочей силы, соответственно.

Следует отметить, что Приморский край - один из первых субъектов РФ, которым были приняты законодательные решения по использованию трудовых мигрантов. Данный факт, согласно заявлению председателя Консультационного центра по вопросам миграции и межэтнических отношений Общественного совета при УМВД России по Приморскому краю Сергея Пушкарева, способствовал усилению миграционных процессов: «Приморский край был первым субъектом РФ, где была узаконена система привлечения иностранной рабочей силы. В 1993 году постановлением Губернатора Приморского края «О порядке привлечения и использования иностранной рабочей силы в Приморском крае» была установлена квота в размере 15 тысяч человек

на единовременное нахождение на территории Приморского края и в течение 10 лет она соблюдалась. В 2000 году, после передачи вопросов миграционной политики в ведение МВД России, проблема привлечения трудовых ресурсов, по сути, потеряла экономический смысл, и стала неуправляема. Это общероссийская проблема, но особенно остро она стоит для Приморского края, где вопросами внешней трудовой миграции занимается управление по координации деятельности правоохранительных органов, не имеющего никакого отношения к структурам экономического блока» [1].

В последние годы в крупных городах края наблюдается заселение не только работающих иммигрантов, но и их семей, что не может благотворно влиять на социально-экономическую ситуацию в городах и селах края.

С течением времени ситуация в регионе становится все более и более серьезной и приобретает массовый характер. Об этом говорит и руководитель УФМС России по Приморскому краю Максим Владимирович Белобородов в своем интервью Российской Газете от 17 октября 2013 года: «Ситуация изменилась во всей России, особенно в регионах с относительно высоким уровнем промышленно-экономического развития, там, где нужны рабочие руки. Наш край занимает третье место в стране по количеству мигрантов (после Московской области и Москвы, а также Ленинградской области и Санкт-Петербурга). За восемь месяцев 2013 года на территорию Приморья въехало 169 тысяч иностранных граждан, из них на миграционный учет встало 102 тысячи. Огромное количество для края, население которого не дотягивает до двух миллионов человек. Это легальные мигранты, прибывшие по рабочей, учебной, туристической визам».

Миграционные процессы объективно влияют на правоотношения между иностранцами и гражданами, проживающими на территории Приморского края. При это практика показывает, что поведение представителей одних государств приносит мало проблем, других - много. Например, с гражданами Вьетнама и Северной Кореи практически не возникает сложностей. А вот наибольший процент противоправных деяний совершается мигрантами, прибывшими из Китая и Узбекистана.



В своем интервью Максим Владимирович указывает на то, что больше всего проблем возникает с гражданами Узбекистана, которые в последние два года вытесняют всех остальных иммигрантов. По его словам, раз в две недели во Владивосток прибывает борт, который привозит 300 человек, а обратно он летит почти пустой. «Едут в основном 20–25-летняя молодежь, не заставшая времена СССР, не знакомая с нашими традициями, плохо говорящая по-русски. Часто эти люди ведут себя агрессивно, мелькают в сводках криминальных новостей и тем самым настраивают против себя местное население» [2].

В целом проведенный анализ источников, свидетельствует о негативной иммиграционной ситуации в крае с отрицательной динамикой и неблагоприятным прогнозом. Вместе с тем, признавая серьезное положение дел, все источники сходятся во мнении о возможности стабилизации ситуации и решимости проблемных вопросов миграции. Тема миграции не нова, подобные прецеденты имели место быть во многих зарубежных странах, опыт которых может быть применен и в нашей стране с учетом специфики каждой конкретной территории.

Тенденции миграционной политики в странах Запада закономерно обусловлены состоянием экономики.

Так в период экономического роста иммиграционная политика ориентирована на привлечение необходимого количества квалифицированных иностранных работников, при этом угроза интересам национальных кадров отсутствует. В период же спада экономического роста, напротив, актуальными становятся ограничительные меры. При этом наиболее распространенным и давно используемым механизмом миграционной политики зарубежных стран является квотирование. Квотирование сегодня используется в ряде стран, таких как: Австрия, Италия, Португалия, Швейцария, США, Германия.

Вместе с тем, система квотирования в каждой стране имеет свои особенности. В США, например, сегодня действует жесткая система квот, которая уравнивается сложной категоризацией мигрантов. Квоты на постоянное проживание различаются по категориям иммигрантов в зависимости от наличия

родственников-граждан или резидентов в США или возможностей занятости в стране.

В настоящее время в России система квотирования активно используется. Первые миграционные квоты были введены Федеральным законом «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» от 2002 года. С этого момента ежегодно устанавливаются: квота на выдачу иностранным гражданам приглашений на въезд в Российскую Федерацию в целях осуществления трудовой деятельности и квота на выдачу иностранным гражданам разрешений на временное проживание. Квоты на выдачу иностранным гражданам разрешений на работу устанавливаются в России с 2007 года [3].

В странах Западной Европы и в США отдельно предусмотрены особые условия для квалифицированных специалистов, получивших приглашение на работу. Основным требованием для въезда в Германию в качестве высококвалифицированного специалиста является уровень заработной платы работника в своей стране, эквивалентный 85 тысяч евро в год.

В то же время период занятости неквалифицированных рабочих строго ограничен, и смена статуса их пребывания. Период занятости нанимаемых работников не превышает двух лет.

В отличие от западных стран в России пока нет специальных ограничений доступа на рынок труда для неквалифицированных работников. Хотя для нашей страны масштабное привлечение низкоквалифицированной рабочей силы из-за рубежа является фактором риска для экономического развития и для национальной безопасности. Но стоит отметить, что трудовая миграция имеет ряд положительных моментов:

1. Обеспечение конкурентоспособности предприятий, посредством низкой заработной платы.

2. Продажа производимой продукции и оказание услуг по более низким ценам.

Желание предпринимателей сэкономить приводит к несоответствию между уровнем квалификации мигрантов и выполняемым обязательствам,

и к негативным последствиям соответственно, особенно это касается транспортной и строительной отраслей. Кроме того, отсутствие образования и квалификации, как правило, сопровождается трудностями адаптации. Поэтому в западных странах важное место при определении не только численности, но и образования, квалификации мигрантов играют различного рода службы и центры занятости. В России их роль в миграционной политике пока крайне мала [3].

Основываясь на приведенных примерах зарубежного опыта, можно сказать, что основным направлением регулирования миграции в странах Западной Европы и США является иммиграция. Для нашей страны в настоящее время иммиграционные процессы являются также весьма актуальными. России следует более внимательно присмотреться как к положительным, так и отрицательным реалиям приобретенного западными странами опыта, который они исторически накопили значительно раньше, столкнувшись с бурным ростом миграционных потоков на различных этапах развития.

Процессы миграции должны обеспечиваться системой строго контроля. Неконтролируемая миграция способна причинить вред не только локальной экономике края, но и стране в целом. На данный момент ситуация представляет собой легализованный отток финансовых средств за границу, так как все иммигранты отправляют от 50 до 80% своей заработной платы на свою родину, а снижение количества рабочих мест не может оставить граждан РФ равнодушными к данному вопросу. Несмотря на все трудности, иммиграционная проблема в Приморском крае и России в целом имеет решение. Проанализировав конкретные программы ряда зарубежных стран и, проработав большое количество российских интернет-ресурсов, мы можем предложить ряд мер, которые позволят частично или существенно улучшить существующую иммиграционную ситуацию [5].

Во-первых, создание общей компьютерной базы данных граждан, не имеющих гражданства РФ, в которой будут отмечаться нарушения закона миграции или Конституции РФ. Подобная база данных могла бы быть использована как пограничными миграционными пунктами, принимающими граждан других

государств, так и сотрудниками МВД. Ответственность за пополнение этой базы лежала бы на сотрудниках миграционной службы совместно с МВД. Подобная система на данный момент используется во многих штатах Америки во всех провинциях Канады.

Во-вторых, ввести специальную балльную систему оценок для отбора претендентов, желающих въехать на постоянное место жительства в рамках программы экономического класса. Величина набранных баллов зависит от возраста претендента, уровня его образования, профессиональной подготовки, опыта работы и способности к адаптации. Данная система повсеместно используется в Канаде, позволяя стране получать наиболее самые необходимые и высококвалифицированные кадры.

В-третьих, в виду того, что главным преимуществом иностранцев является дешевизна оказываемых услуг, уравнивание заработной платы иностранного специалиста и гражданина РФ в значительной степени увеличит число нанимаемых представителей РФ. Подобная схема действий успешно применяется в Японии,

В-четвертых, запрет на трудоустройство иммигрантов без знания русского языка. Естественно, подобная мера должна предусматривать наличие определенного рода теста на знание русского языка, который будет обязан проходить каждый желающий жить и работать в РФ. Следует заметить, что для трудовые мигранты, которые работают или планируют работать в сфере жилищно-коммунального хозяйства, розничной торговли или бытового обслуживания с 1 декабря 2012 года в соответствии с Федеральным законом от 12 ноября 2012 г. № 185-ФЗ, должны подтверждать владение русским языком в объеме не ниже базового уровня.

И, наконец, учитывая специфику российской действительности и масштабы миграции в крае, актуально применение более суровых мер к злостным нарушителям Конституции РФ из числа иностранных работников. Например, депортация без права на возвращение не только самого нарушителя, но и всех членов его семьи, в случае их проживания на территории РФ.

Предложенные нами методы решения иммиграционной проблемы могут быть использованы не только в Приморском крае, но и в масштабах всей страны.

В процессе анализа миграционной ситуации Приморского края, можно сделать вывод, что:

В ходе исследования миграционной ситуации в Приморском крае, можно сделать вывод, что существует острая проблема неконтролируемого притока иммигрантов, а также нелегалов, которую нужно решать, как на территории Приморского края, так и на территории всей нашей страны.

Несомненно, данные проблемы должны стать вопросами государственного регулирования миграционных процессов.

### **Приложение.**

В данном приложении представлены статистические данные об иммиграционных потоках в Приморском крае, а также в России в целом.

**Таблица 1.**

#### **Критерии для отбора квалифицированных специалистов в Канаде**

<b>Критерии отбора</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
1. Уровень образования	25
2. Знание английского/французского языка	24
3. Опыт работы	21
4. Возраст	10
5. Трудоустройство в Канаде	10
6. Способность к адаптации	10
<b>Итого</b>	<b>100</b>

**Таблица 2.**

#### **Число прибывших, человек, значения показателя за год**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Владивосток	6101	6270	6449	7778	6413	5186	18949	23918
Арсеньев	352	351	583	531	880	774	1267	1362
Артем	2544	2470	2417	2082	1149	1549	3141	3736
Дальнегорск	479	374	427	583	436	583	1028	1236
Дальнереченск	461	623	514	496	472	398	807	1254
Лесозаводск	677	630	824	857	750	707	1683	2295
Находка	778	826	905	679	1096	1085	3083	3627

Партизанск	425	540	712	968	736	737	1621	1697
Спасск-Дальний	584	801	896	945	797	750	1184	1560
Уссурийск	2054	2108	2748	3484	1869	2381	8595	10293

**Таблица 3.**

**Международная миграция в России, число прибывших человек,  
зарегистрированных по месту жительства**

	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Россия	162661	173372
Страны СНГ в том числе:	144053	153638
Азербайджан	9198	8648
Армения	13983	15975
Белоруссия	7248	6076
Казахстан	17821	19637
Киргизия	16381	11800
Молдавия	8725	10439
Таджикистан	15750	17618
Туркмения	1599	1644
Узбекистан	33694	40213
Украина	19654	21588

**Список литературы:**

1. Общественная приемная по вопросам миграции населения [Электронный ресурс] // <http://migrantpk.ru/news6.html>.
2. Российская газета – [Электронный ресурс] – // <http://www.rg.ru/2013/10/17/reg-dfo/migranty.html>.
3. Крощенко М., Алексенцева Ю. Миграционная политика: зарубежный опыт на российской почве – [Электронный ресурс] – // М. Крощенко, Ю. Алексенцева (Миграционная политика: зарубежный опыт на российской почве) // <http://www.krocshenko.ru/publicationsmenu/pubmigr/108-internationalexperience.html>.
4. Мукомель В.И. Проблемы интеграции мигрантов в России и политика толерантности – [Электронный ресурс] / В.И. Мукомель (Институт социологии РАН, 2011) // [strategy2020.rian.ru/load/366101446](http://strategy2020.rian.ru/load/366101446).
5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю – [Электронный ресурс] // <http://primstat.gks.ru/>.

## **РЫНОК: СУЩНОСТЬ, РОЛЬ, ФУНКЦИИ, СТРУКТУРА**

***Немеш Оксана Ивановна***

*студент 4 курса направления подготовки «Бизнес- информатика» филиала  
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»,  
РФ, г. Армавир*

***Кабачевская Елена Анатольевна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц., преподаватель кафедры  
экономики и менеджмента филиала  
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»,  
РФ, г. Армавир*

В настоящее время трудно представить человека, не вовлеченного в обмен товаров и услуг. Рынок – совокупность экономических отношений, которые основываются на постоянных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями. На сегодняшний день имеется большое количество видов рынков: материалов, драгоценностей, средств производства, недвижимости, потребительских товаров и услуг, информационного и интеллектуального продукта, инноваций, капитала, валюты, ценных бумаг, труда, рабочих мест и рабочей силы; по масштабам охвата территории: от регионального, до мирового; а также легальные (официальные) и нелегальные (теневые, черные) рынки.

Рынок довольно объемное понятие, в следствии этого в нем можно выделить большое количество аспектов и дать множество определений, раскрывающих отдельные аспекты его понятия. Рынок – это то место, где встречаются производители (продавцы) и потребители (покупатели) благ.

В экономической теории существует несколько значений термина «рынок», но его главное значение следующее: рынок - это механизм взаимодействия потребителей и продавцов экономических благ.

Рынок обслуживает производство, обмен, распределение и потребление. Для производства рынок предоставляет нужные ресурсы, реализует и определяет спрос на его продукцию. Для обмена рынок служит основным каналом сбыта и закупок товаров и услуг. Для распределения он является

механизмом, определяющим объемы доходов владельцев ресурсов, которые продаются на рынке. Для потребления рынок служит каналом, через который потребитель получает основную часть нужных ему потребительских благ.

Сущность рынка заключается в его главных экономических функциях, которые выражают основное назначение данной категории и отражают ее сущность.

Функции рынка определяют стоящие перед ним задачи. Рыночный механизм должен отыскивать ответы на три основных вопроса экономики: что, как и для кого производить? Для достижения этой цели рынок выполняет ряд функций: регулируемую, ценообразующую, информационную, посредническую и санирующую. Ознакомимся с каждой из функций подробнее.

#### **Регулирующая функция.**

Регулирующая функция подразумевает воздействие рынка на все сферы экономики, дает возможность согласования производства и потребления в ассортиментной структуре, обеспечивает сбалансированность спроса и предложения по стоимости, размеру и структуре и пропорциональность в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

#### **Ценообразующая функция.**

В следствии взаимодействия производителей и потребителей, предложения и спроса на товары и услуги на рынке сформировывается цена, которая отражает полезность товара и затраты по его производство. Рыночная цена является своего рода итогом, балансом соотношения затрат производителей и значимости данного блага для покупателей.

#### **Информационная функция.**

Цена, складывающаяся на каждом из рынков, обладает богатой информацией, которая необходима как производителям товаров и услуг, так и потребителем производимых благ. Непрерывно меняющиеся цены на продукты и ресурсы предоставляют объективную информацию о потребляемом количестве, перечне, качестве благ, поставляемых на рынки.



Высокие цены говорят о небольшом предложении, а низкие цены – об избытке благ по сравнению со спросом на них у потребителей.

### **Посредническая функция.**

Рынок играет роль посредника между производителями и потребителями, представляя им возможность найти наиболее выгодный вариант купли-продажи. В рамках развитой рыночной экономики потребитель может выбирать оптимального поставщика. Продавец с личных позиций желает найти и заключить сделку с наиболее приемлемым для него покупателем.

### **Санирующая функция.**

Рыночный механизм - это довольно жесткая, в известной степени жесткая система. Он регулярно производит «естественный отбор» между участниками хозяйственной деятельности. С помощью инструмента конкуренции рынок производит очистку экономики от неэффективных предприятий. И напротив, благоприятствует активным и развивающимся.

В экономике существует четыре основных типа рынков: чистая монополия, рынок монополистической конкуренции, рынок совершенной конкуренции и олигополистический рынок.

Наибольшая монополизация рынка достигается в условиях абсолютной или чистой монополии, которая является противоположностью совершенной конкуренции.

На рынке монополистической конкуренции в большинстве случаев соблюдается принцип разнообразия товаров, изготовленных разными производителями.

Наивысшей конкурентностью обладает рынок, где всецело отсутствует возможность участников рыночного процесса влиять на условия реализации продукции и в первую очередь на цены. Рынок такого рода называют свободным или чисто конкурентным, а также рынком с атомистической структурой.

Для современной рыночной экономики более свойственен олигополистический рынок. Это рынок, представленный несколькими

участниками сравнительно крупными и близкими по масштабу продаж и уровню влияния. Олигополия определяется немногочисленностью и ограниченным числом главенствующих на рынке продавцов (производителей).

Как и любое явление рынок обладает некоторыми преимуществами и недостатками.

Преимуществами рынка являются:

- эффективное распределение и пользование ресурсами для производства нужных обществу товаров и услуг;

- присутствие возможности эффективного функционирования рынка в условиях ориентации на только лишь ограниченную информацию: уровень цен и уровень затрат на разные ресурсы;

- наличие высокой степени адаптации к изменяющимся условиям производства;

- быстрое применение достижений науки и техники;

- свободу выбора и поступков предпринимателей и потребителей;

- способность удовлетворять разнообразные потребности покупателей, а также повышать качество продукции;

- сравнительно быстрое возобновление нарушенного баланса.

К основным недостаткам рынка относятся:

- отсутствие мотивации для производства товаров и услуг коллективного и социального назначения;

- отсутствие защиты окружающей среды от производственной и других видов хозяйственной деятельности;

- неспособность сохранять невозполнимые ресурсы;

- неимение гарантий на труд;

- неспособность способствовать развитию фундаментальных и прикладных исследований в науке;

- нестабильное развитие и склонность к стагнации производства и инфляционным процессам.

Существуют проблемы, решение которых при помощи рыночного механизма практически невозможно, появляется потребность участия государства в хозяйственной деятельности, проведения им экономической политики, которая отвечает задачам национальной экономики.

Государственное регулирование рынка – это интенсивное вмешательство государственных органов в структуру деятельности рынка, путем влияния на развитие производства в общественно необходимом направлении, и кроме того для решения возникающих социальных проблем. Потребность данного момента появляется при несовершенстве отдельных рынков, которое отражается в нестабильности, неполном учете затрат и полученных результатов, не единственности равновесия. Еще одна достаточно важная причина государственного регулирования рынка – потребность в решении макроэкономических задач.

Рынок – сложный, постоянно изменяющийся механизм, со свои функциями и структурой, требующий постоянного изучения и анализа. В современных условиях продавцам (производителям) товаров и услуг необходимо постоянно изучать и анализировать рынок, на котором они осуществляют свою деятельность, от этого зависит успех их фирмы.

### **Список литературы:**

1. Микроэкономика. Что такое рынок? – [Электронный ресурс] – // Сайт «Экономическая теория». - URL: <http://econoteor.ru/mikroekonomika/oprebr.php?pg=9xx1>.
2. Бродская Т.Г., Видяпин В.И. Экономическая теория – М.: РИОР, 2008.
3. Функции и структура рынка – [Электронный ресурс] – // Сайт «Основы экономики». - URL: <http://economick.ru/lekci/14-osn2>.

## ПОРТФЕЛЬ РОЗНИЧНОГО ИНВЕСТОРА

***Прохорова Ирина Андреевна***

*студент, кафедра: «Финансовые рынки и финансовый инжиниринг»,  
Финансовый университет при Правительстве РФ,  
РФ, г. Москва*

***Макеев Александр Викторович***

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры «Финансовые рынки  
и финансовый инжиниринг», Финансовый университет  
при Правительстве РФ,  
РФ, г. Москва*

Все инвесторы на рынке традиционно подразделяются на активных и пассивных, в соответствии с чем разнятся их стратегии управления портфелями. Однако разница между ними состоит не в том, что первый готов брать на себя больше риска, а в том, что первый готов тратить на поиск нужных бумаг больше времени. У большинства людей нет времени на выбор и постоянный анализ ценных бумаг, поэтому самое разумное для них стать пассивными инвесторами, смирившимися с небольшим уровнем доходности, но зато не рискующими потерять свои деньги. Активный инвестор тратит много времени на выбор нужных ценных бумаг, и в итоге может найти бумаги, которые практически без риска принесут ему большую прибыль.

Все великие инвесторы сходятся во мнении, что любой портфель должен содержать в себе как акции, так и облигации. При этом пропорция может быть от «25% на 75%» до «75% на 25%». Однако оба инструмента обязательно должны присутствовать. Самым традиционным соотношением между акциями и облигациями считается 50/50. Причиной для снижения доли акций в портфеле ниже 50% может стать решение инвестора о том, что уровень цен на фондовом рынке становится слишком высоким (можно определить, к примеру, сопоставлением темпов роста индекса и ВВП). Облигации обладают фиксированной доходностью, но инфляция бьёт по ним сильнее всего. А акции относительно защищены от инфляции (по сравнению с облигациями), но имеют непредсказуемую доходность.

Базируясь на опыте инвесторов на фондовом рынке, множестве исследований, проводившихся за период его существования, можно выделить некоторые общие правила поведения:

1) Нельзя быть уверенным в будущем какой-то одной отрасли; в том, что она принесёт Вам больше доходности, чем остальные. Например, возрастающие объёмы авиаперевозок вовсе не сделали авиационные компании и их акции сверхдоходными. Рост выручки был съеден огромными растущими издержками. А конкуренция поставила предел росту выручки. Образовались «ножницы», перерезавшие все кажущиеся перспективы такой необходимой и растущей отрасли. Поэтому не следует тратить время на поиск перспективных отраслей, нужно обратить внимание на существующую реальность, на то, что прибыльно уже сейчас. Возможно, акции каких-то прибыльных уже сейчас компаний стоят меньше, чем пока неприбыльных, но «от которых ожидают большого роста». Ожидания в большинстве случаев не будут реализованы. Поэтому, в частности, Бенджамин Грэхем советует в качестве критерия не «прогнозы прибыли», а акции, продающиеся по ценам, незначительно превышающим стоимость реальных активов компании [4, с. 65]. Однако такой совет подходит далеко не для всех отраслей (например, в IT и сфере услуг стоимость реальных активов компаний традиционно невелика при значительной капитализации).

2) Для того, чтобы получить возможность превысить среднюю доходность по рынку, нужно следовать, во-первых, четкой политике, и, во-вторых, непопулярной среди остальных участников фондового рынка (иначе будущие выгоды будут уже включены в сегодняшнюю цену).

Не рекомендуется покупать:

1) Облигации с оговоркой о досрочном выкупе облигаций эмитентом, т.к. в этом случае все риски от изменения ставок ложатся на вас, а прибыль получает эмитент.

2) Второклассные облигации по ценам близким к номиналу. В таком случае существует огромная вероятность того, что в скором будущем

их котировки упадут. Они могут среагировать и на общее падение фондового рынка, причём падение по ним может быть сильнее, чем по обыкновенным акциям. Практически все облигации падают в цене при плохом состоянии фондового рынка.

3) Иностранные облигации. В случае возникновения проблем владелец иностранных обязательств не имеет прав или каких-либо других средств для защиты своих претензий.

4) Акции, по которым не выплачиваются дивиденды, ведь дивиденды – наиболее привлекательная сторона при покупке акций.

5) «Акции роста». Это акции с темпом роста EPS выше среднего по рынку. Обычно инвесторов привлекают такие акции, в связи с чем рост их цены значительно превышает темп роста EPS. Однако легко догадаться, что в столь переоценённых компаниях первое падение прибыли поставит под удар включённые в цену прогнозы, что вызовет резкое падение котировок.

6) Новые выпуски акций. Большинство новых выпусков продаются в условиях перегретого фондового рынка, за которым неизбежно следует обвал. Огромное количество новых выпусков может быть хорошим индикатором приближающегося биржевого краха, т.к. свидетельствует о сверхвыгодных условиях для эмитентов. Многие из таких выпусков можно приобрести несколько лет спустя по значительно более низким ценам.

Вновь возвращаясь к типам инвесторов, пассивному инвестору предлагается осуществлять регулярную ежемесячную покупку на определённую сумму качественных акций (первого эшелона) и высококлассных облигаций в заранее установленной пропорции (75/25 или же 50/50). При этом не столь важно, в акции каких именно крупных компаний инвестор будет инвестировать, ведь даже эксперты не знают, как выбирать лидеров будущего. Так почему же вы можете быть уверенными, что нашли их? Пассивный инвестор должен выбрать компании, демонстрирующие рентабельную работу на протяжении длительного периода времени. В связи с этим ему следует отбирать акции для портфеля по следующим критериям:

1) Большая, известная компания, имеющая приемлемый уровень долга (Total Debt/EBITDA на уровне 2-3), при этом не столь популярная на фондовом рынке. Большая – значит находящаяся в первой четверти списка компаний своей отрасли по объёму бизнеса.

2) Она должна выплачивать дивиденды на протяжении длительного и непрерывного периода времени [3, с. 45].

3) Акция не должна быть переоценённой, что выражается в коэффициенте P/E в пределах от 5 до 10 для российского рынка (10 – максимальное значение, уже свидетельствующее о перегретости), для американского рынка – от 15 до 20.

Пассивному инвестору также можно предложить, так называемые, дивидендные стратегии [6]:

1) Стратегия Доу. Одна из проверенных временем стратегий, основанная на сравнении доходности дивидендов, выплачиваемых по акциям компаний из Dow Jones Industrials. Для использования этой стратегии достаточно знать лишь котировки и дивиденды за последние двенадцать месяцев. Дивидендная доходность - ключевой показатель, помогающий выбрать те несколько акций, которые недооценены в сравнении с другими акциями, но, в то же время, по-прежнему финансово сильны, поскольку входят в индекс.

Таким образом, акции компаний сортируются по убыванию дивидендной доходности (отношение суммы дивидендов, выплаченных за последний год к текущей цене). В случае одинакового значения dividend yield преимущество имеют более дешёвые акции. Покупка акций осуществляется в равных долях. Через год процедура повторяется, т.е. продаются акции, вышедшие из десятки, и приобретаются взамен акции вновь вошедших в десятку компаний.

2) Стратегия «Превосходя Доу 5». Является одной из модификаций первой стратегии. Согласно ей используются всего 5 компаний из десятки с наибольшей доходностью дивидендов. При этом выбираются не первые 5 компаний из списка, но 5 компаний с наименьшей стоимостью акций. То есть

покупаются пять самых дешевых из десяти акций. Считается, что это улучшает доходность, не добавляя дополнительного риска.

Активному инвестору предлагается использовать следующие стратегии на выбор:

1) Относительно непопулярная большая компания. Стратегия концентрирует внимание на больших компаниях, так как у них есть ресурсы в виде капитала и знаний, а также рынок готов быстро реагировать на любое улучшение положения их дел. Поэтому выбираются 10 самых недооценённых компаний индекса по коэффициенту P/E. Опыты подтверждают, что они показывают значительно лучшие результаты, чем сам индекс. Мультипликатор P/E рассчитывается как частное от деления капитализации на чистую прибыль для каждой компании.

2) Приобретение «выгодных» ценных бумаг. В данном методе выбираются акции, недооценённые по отношению к их внутренней стоимости. Ищутся акции больших и известных компаний, у которых на протяжении 10 лет была стабильная прибыль, однако, сейчас курс акций и EPS значительно ниже средних значений за последние 10 лет. Скорее всего, текущие разочаровывающие результаты – временное явление и бумагу можно назвать «выгодной».

Помимо уже упомянутого мультипликатора P/E, при выборе компании для инвестирования следует оценивать еще один мультипликатор – EV/EBITDA. Для расчета мультипликатора EV/EBITDA рассчитываются следующие показатели по всем компаниям: капитализация, чистый долг и стоимость бизнеса. Чистый долг определяется как разность между всей задолженностью компаний и наличными средствами и их эквивалентами (по бухгалтерскому балансу). Стоимость бизнеса – как сумма чистого долга и капитализации. Хорошим значением будет являться 3, 7 – плохим.

При оценке банков обычно используется P/BV (book value, который считается как частное от деления капитализации на капитал банка,



представляющий собой III раздел бухгалтерского баланса). Значение, меньшее, чем единица – является привлекательным.

Помимо этого, особое внимание следует уделять отслеживанию макроэкономических тенденций на рынке, их прогнозированию. К примеру, сложная финансовая ситуация в 2014 году, приведшая к девальвации рубля, позитивно сказалась на российских экспортерах, у многих из которых выручка была номинирована в долларах, а себестоимость в рублях. Важно наличие драйверов роста у компаний. Помимо приведенного примера, драйвером роста может считаться введение в эксплуатацию новых мощностей и другие факторы, способные заметно улучшить финансовые показатели.

Перспективными на данный момент могут считаться, к примеру, акции компании АЛРОСА [2]. Данная компания как раз стала одним из главных бенефициаров рублевой девальвации, поскольку цены на необработанные алмазы традиционно выражаются в долларах, а издержки компании номинированы в рублях. В результате АЛРОСА существенно нарастила свои финансовые показатели, несмотря на сокращение объема продаж в физическом выражении [5]. Теоретически компания имеет возможность заплатить очень солидные дивиденды по итогам 2015 года.

Говоря о выборе облигаций, следует заметить, что в идеале инвестору следовало бы оценивать кредитоспособность каждой конкретной компании. Однако вследствие отсутствия достаточных знаний и необходимости высоких затрат, розничные инвесторы, как правило, выбирают облигации, исходя из сопоставления доходности и рейтинга, присвоенного специализированными рейтинговыми агентствами. Наименьший риск и доходность предоставляют государственные облигации. По ним, как правило, обеспечивается абсолютная гарантия выплаты процентов и погашения основной суммы долга. В них целесообразно размещать средства на короткие периоды на случай, если инвестор планирует осуществить покупку других активов в ближайшем будущем, поскольку они в России являются наиболее ликвидными.

## Список литературы:

1. Аналитика: дивиденды // Финансовая группа «ДОХОДЪ. URL: <http://www.dohod.ru/ik/analytics/dividend/> (Дата обращения: 14.03.2016).
2. Аналитика: стратегии // Открытие брокер. URL: <http://open-broker.ru/ru/analytics/strategy/> (Дата обращения: 14.03.2016).
3. Арнольд Глен. Великие инвесторы. Практические уроки – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 315 с.
4. Грэхем Бенджамин. «Разумный инвестор. Полное руководство по стоимостному инвестированию» – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 568 с.
5. Корпоративный сайт АЛРОСА. URL: <http://www.alrosa.ru/> (Дата обращения: 14.03.2016).
6. Финансовая библиотека. URL: <http://www.mirkin.ru/> (Дата обращения: 14.03.2016).

## **ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

***Ровная Анна Александровна***

*студент кафедры финансов и кредита  
Майкопского государственного технологического университета,  
РФ, Республика Адыгея, г. Майкоп*

***Карпович Наталья Константиновна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры финансов и кредита  
Майкопского государственного технологического университета,  
РФ, Республика Адыгея, г. Майкоп*

В настоящее время политика импортозамещения, реализуемая как на общегосударственном, так и на региональном уровне, во многом обеспечивает национальную и экономическую безопасность России. Однако следует подчеркнуть, что тотальное импортозамещение в нашей стране сегодня невозможно и неэффективно, хотя в большинстве секторов экономики оно становится объективной необходимостью [2, с. 84–85].

Политика импортозамещения используется в мире уже очень давно. Ее использовали для защиты своей экономики от зарубежной экспансии многие страны на различных этапах своего развития. При этом использовали поэтапную стратегию, когда сначала укреплялся внутренний рынок с помощью политики импортозамещения, а затем мотивировали производителей к увеличению экспорта, т.е. переходили к политике экспортоориентированной экономики.

Необходимость внедрения политики импортозамещения появляется в стране, прошедшей стадию индустриализации. Например, страны Запада впервые воспользовались данной стратегией еще в XIX веке, а развивающиеся страны стали ее применять только с середины XX века.

Обсуждая целесообразность данной стратегии, многие экономисты отмечают как ее положительные стороны, так и недостатки.

К положительным моментам относят формирование внутреннего спроса, как со стороны государства (госзакупки, госинвестиции), так и со стороны населения.

Но с другой стороны, она в определенной степени противоречит принципам свободной международной торговли, т.к. являясь мерой защиты внутреннего рынка и бизнеса, ведет к тому, что отечественные предприятия, зачастую работая неэффективно, тем не менее, получают прибыли, пользуясь своим монопольным положением и взвинчивая цены.

Многие экономисты в своих работах раскрывают понятие импортозамещения, его значение для экономики, например, Бодрунов С.Д., Миронова О.А., Рогова Е.М., Кадочников П.А. и др.

По мнению Бодрунова С.Д. стратегия импортозамещения предполагает постепенный переход от производства простых товаров к выпуску наукоемкой и высокотехнологичной продукции за счет интенсивного развития технологий и повышения уровня образования экономически активного населения [1, с. 4].

Для процесса импортозамещения в России в настоящих условиях характерно сокращение или прекращение импорта определенных товаров путем их замещения на внутреннем рынке страны аналогичными отечественными, обладающими более высокими потребительскими свойствами и стоимостью не выше импортных.

По мнению президента РФ Путина В.В., импортозамещение не является самоцелью, и иногда выгоднее эффективно функционировать в рамках международного разделения труда, получать дешёвый качественный продукт за границей. И это вовсе не означает закрытие внутреннего рынка, а, наоборот, создание по-настоящему конкурентоспособных новых производств, выпускающих качественные и востребованные потребительские товары.

В Российской Федерации действуют программы импортозамещения во многих отраслях реального сектора экономики, прежде всего там, где есть очевидные конкурентные преимущества, такие, как доступное сырье, большой

внутренний рынок, многолетние традиции и опыт, например, таких отраслях как лесная, лёгкая промышленность, фармацевтика, автомобилестроение.

Особое внимание было уделено агропромышленному сектору, обеспечивающему продовольственную безопасность страны, где наблюдается существенный рост объемов производства в 2014–2015 годах.

В 2015 году индекс производства сельского хозяйства составил 103%, пищевой продукции - 102% к уровню 2014 года. По итогам 2015 года достигнут целевой уровень продовольственного обеспечения.

Сельское хозяйство стало лидирующим сектором по росту производства. Производство сельхозпродукции увеличилось на 3,5 %. И такие показатели достигнуты при стагнации экономики, а в 2015 году ВВП снизился на 3,7% [3].

Рассмотрим динамику изменения темпов роста ВВП России в отраслевом разрезе за 2014–2015 г.г. в сравнении с предыдущим периодом [3].

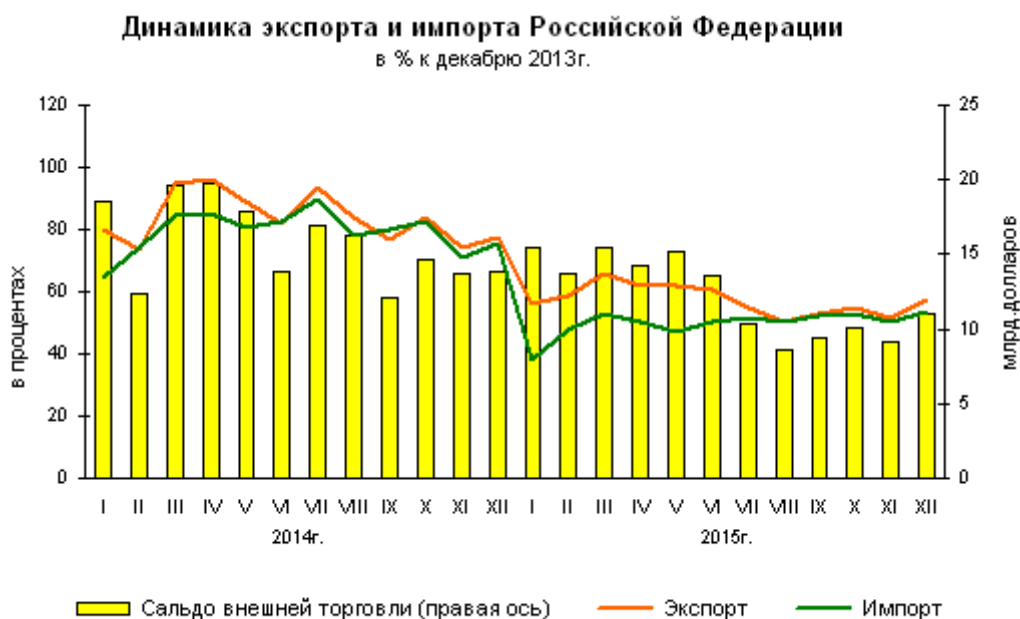
*Таблица 1.*

**Темпы роста ВВП по отраслям экономики в сравнении с предыдущим периодом (в%)**

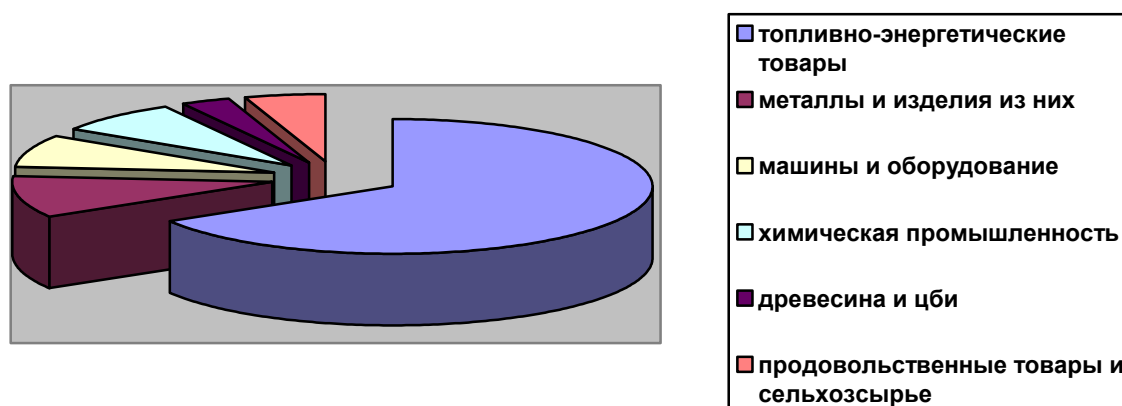
	2015	2014
<b>Валовой внутренний продукт в рыночных ценах</b>	<b>96,3</b>	<b>100,7</b>
в том числе:		
сельское хозяйство	103,5	102,2
добыча полезных ископаемых	101,1	102,2
обрабатывающие производства	94,5	101,0
здравоохранение и социальные услуги	100,3	101,7
домашние хозяйства	101,4	102,0

По приведенным выше данным мы видим, что кроме сырьевого сектора, только объем производства в сельском хозяйстве, в пищевой и некоторых других отраслях демонстрируется рост. И это во многом благодаря господдержке и ограничению ввоза аналогичной продукции из-за рубежа.

Эта тенденция подтверждается и следующими данными о соотношении экспорта и импорта в целом (рис. 1) и в разрезе отдельных отраслей [4].



**Рисунок 1. Динамика экспорта и импорта РФ в 2014–2015 годах по сравнению с 2013 г. (по данным ФТС России)**

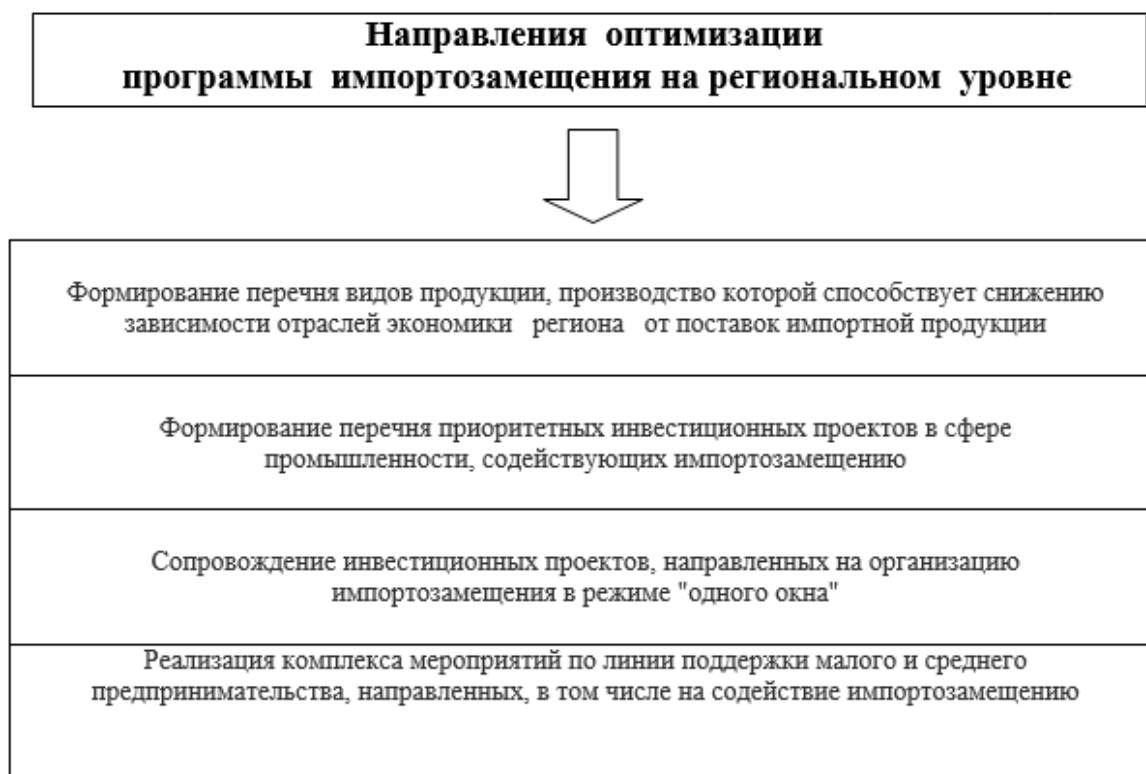


**Рисунок 2. Структура экспорта России в 2015 году в % к 2014 году**

Значит, реализация политики импортозамещения в современных условиях довольно успешна.

С другой стороны, государственная поддержка отраслей, где происходит рост объемов продукции и, что не менее важно, наращивается ее экспорт, приносящий увеличение доходов государства, существует проблема ограниченности бюджетных средств поддержки. Следовательно, нужна некая оптимизация программ импортозамещения, в том числе и на уровне отдельных регионов.

Вот некоторые предложения в этом направлении.



***Рисунок 3. Некоторые направления оптимизации программы импортозамещения на региональном уровне***

Таким образом, подводя итог вышесказанному, нужно отметить, что для достижения максимально положительного эффекта в процессе реализации стратегии импортозамещения необходимо создание открытой экономики и обстановки конкурентной борьбы на внутреннем рынке.

В то же время развиваемые отрасли производства должны быть ориентированы как на внутренний рынок, так и на внешний, поскольку только в этом случае они смогут легко завоевать лояльность внутренних потребителей и конкурировать с иностранными производителями на внешних рынках.

Но перед переходом к широкой экспансии на внешние рынки желательно, чтобы внутренний рынок был уже охвачен отечественными производителями, поскольку именно на этом этапе страна формирует свои конкурентные

преимущества и впоследствии, опираясь на них, ей будет гораздо легче перейти к развитию экспортных направлений.

Выбирая отрасли для реализации стратегии импортозамещения, мы должны учитывать многие факторы, но есть единое понимание того, что они должны иметь большой потенциал роста, с тем, чтобы, в дальнейшем используя его, мы могли сохранять и повышать уровень, достигнутый путем использования данной стратегии.

### **Список литературы:**

1. Бодрунов С.Д. Теория и практика импортозамещения: уроки и проблемы. / Монография. С.Д. Бодрунов. – СПб.: ИНИР им. С.Ю. Витте, 2015. – 171 с.
2. Миронова О.А. Импортозамещение: зарубежный опыт и уроки для России. // Международный научно-исследовательский журнал. - 2015. - №7-3(38). - С. 84–87.
3. О производстве и использовании валового внутреннего продукта (ВВП) за 2014–2015 годы. Срочная информация по актуальным вопросам – [Электронный ресурс] – // Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/Isswww.exe/Stg/d05/63.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/Isswww.exe/Stg/d05/63.htm) (Дата обращения 4.03.2016).
4. О состоянии внешней торговли. Срочная информация по темам. – [Электронный ресурс] – // Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/bgd/free/B09\\_03/IssWWW.exe/Stg/d06/35.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/B09_03/IssWWW.exe/Stg/d06/35.htm) (Дата обр. 5.03.2016).



## **ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ**

***Шакурова Анастасия Наилевна***

*магистрант, факультет коммерции, Пермский институт (филиал)  
РЭУ им. Г.В. Плеханова,  
РФ, г. Пермь*

***Мингазинова Елена Рудольфовна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц., кафедра экономического анализа  
и статистики, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова,  
РФ, г. Пермь*

Взаимодействие между представителями власти и частным сектором существуют с момента зарождения государства. Благодаря большому опыту, власть и бизнес многих стран на сегодняшний день успешно сотрудничают, что является важнейшим фактором устойчивого развития страны.

Первоочередно, необходимо четко сформулировать понятие «взаимодействие». С философской точки зрения взаимодействие – это всеобщая форма связи тел или явлений, осуществляющаяся в их взаимном изменении [13]. Более современное, экономическое определение выглядит следующим образом: взаимодействие – это участие в общей работе, деятельности, совместное осуществление операций и сделок, сотрудничество [2, с.14].

Российский политолог Косолапов Н.А. видит взаимодействие, как процесс непосредственного (межличностного) или опосредованного (средствами связи, информации и т.п.) воздействия субъектов друг на друга, рождающий их взаимную психическую обусловленность и связь [10]. Другие специалисты трактуют взаимодействие как деловые отношения между бизнес - структурами и субнациональными органами власти, в рамках которых формируются социальные, экономические связи, преследующие цель оптимизации использования ресурсов [4, с.2]. С нашей точки зрения данное определение наиболее точно раскрывает вопрос взаимодействия бизнеса и власти. В понятии «взаимодействие» фиксируются «прямые» и «обратные» воздействия субъектов

друг на друга, обмен информацией, формы кооперации в различных ситуациях сотрудничества.

Одной из первых форм договорных отношений между государством и предпринимателями является концессия.

Прообразом концессии (от латинского *concessio* – уступка, разрешение, льгота) – являлся откуп, то есть передача государством за определённую плату и на определённых условиях права взимать налоги и другие государственные доходы. Откуп применялся в условиях натурального хозяйства, неразвитости кредита, слабости коммуникаций и финансовых затруднений государства.

Концессия возникла в Древнем Риме как договор на передачу государственных объектов инфраструктуры в управление частным лицам за определённую плату, где муниципалитеты (самоуправляющиеся общины) использовали заключение концессий на объекты транспортной инфраструктуры (порты, почтовые станции), объекты торговли и сферы услуг (рынки, бани) [9].

К примеру, во времена правления Октавиана Августа (род. 63 г. до н.э.) племени Салази был передан в концессию перевал Сен-Бернар в Альпах, через который проходил главный путь, соединявший Север Италии с центральной Европой) [5]. В свою очередь, для поддержания хорошего состояния перевала и обеспечение проводников, племя взимало плату за проход.

С 16 века в таких странах, как Франция и Великобритании, власти привлекали частных предпринимателей, чтобы развивать за их счет экономическую деятельность, которая обеспечивала предоставление транспортных и коммунальных услуг гражданам. В рамках этой бизнес-модели государство передавало частному предпринимателю некое право, например, право взимания платы с потребителя за пользование или оказание услуги, которая предоставлялась в обмен на новое строительство, реконструкцию или модернизацию объектов (системы объектов) общественной инфраструктуры за счет частного инвестора [5].

Помимо концессии, есть и другие виды взаимодействия, чья история уходит корнями в глубокую древность. Например, документальные

подтверждения существования налогов обнаруживаются примерно 2500 лет назад. Налоги выполняют фискальную функцию - являются основным источником финансовых ресурсов для любого государства, а также экономическую, как стимулирующую, и контроль за действенностью проводимой экономической политики государства. Без формирования рациональной налоговой системы, которая не угнетает предпринимательскую деятельность и позволяет проводить эффективную бюджетную политику, невозможно полноценного функционирования экономики.

Налогообложение как обязанность свободного гражданина страны родилась относительно недавно — после того как в Англии, США, а затем и странах Западной Европы возникли конституции и демократические государственные механизмы [11].

В формировании социальных связей существенную роль играет благотворительность и меценатство. Меценатство возникает в период после появления государства, более точное время назвать трудно. Представители искусства всегда находились в зависимом положении от наделенных властью и богатством людей. В период абсолютной монархии меценатство существует в форме пенсий, наград, почетных званий, придворных должностей. Так же присутствовал момент извлечения пользы от благотворительности в виде снижения налогов или освобождения от них [14]. Расходы на благотворительность так же уменьшали налогооблагаемую базу. Благотворительность активно развивалась до образования Советского Союза. Ее возрождение началось в 90-е года прошлого века. Федеральный закон от 11 августа 1995 года № 135 – ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» установил, что «под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной

поддержки» [12]. Данные формы связи государства и бизнеса являются взаимовыгодными.

По мере развития общества выдвигались различные теории относительно государственного регулирования экономики, сущности и роли рыночного механизма.

Впервые идеи взаимодействия властных и предпринимательских структур были сформулированы в концепции классической политической экономии, которая активно развивалась в конце XVIII века – 30-х гг. XIX века. Основателем теории является английский экономист Адам Смит. Он доказывал, что именно стремление предпринимателя к достижению своих частных интересов независимо от его воли и сознания, приводит к достижению экономической выгоды и пользы для всего общества. Главным условием достижения таких результатов является требование реализации и гарантии основных экономических свобод для всех субъектов хозяйственной деятельности: свободу выбора сферы деятельности, свободу принятия решений, свободу конкуренции и свободу торговли. Основная функция государства при рыночной экономике – создание правовых рамок предпринимательской деятельности, поддержание условий развития рынка и проведение антимонопольных мероприятий. Роль бизнеса сводится к пополнению государственного бюджета за счет налогов. Таким образом, происходит выгодное для обеих сторон взаимодействие: государство создает благоприятные условия для ведения бизнеса, а бизнес, в свою очередь, пополняет финансовое обеспечение государства с помощью налогов.

Возникнув как теория, марксизм прошел практическую проверку, начиная с революций 1848–1849 гг. в Западной Европе. Марксизм предполагает значительную роль государства в экономике, его определяющую роль. Частная собственность, а следовательно и рыночные отношения, не нашла отражения в теориях К. Маркса и Ф. Энгельса. Марксизм определял предпринимательство, в частности, тяжелую промышленность, ведущим фактором развития общества. Диалог, как способ реализации взаимодействия бизнеса и власти, существует

в форме обеспечения властью социальных гарантий и устойчивого спроса в виде государственного заказа, а со стороны производителей - создание оговоренного количества продукции [3, с.8].

Неоклассическая теория берет свое начало в 1870 – е годы. Представителями данной теории являлись У.С. Джевонс, Л. Вальрас, Дж.Б. Кларк, И. Фишер, А. Маршалл, А. Пигу. Подход неоклассического направления предполагает, что всякое вмешательство государства в действие рыночных сил наносит им большой ущерб. Принцип диалога власти и бизнеса предполагает свободное развитие рынка в рамках законодательства и минимальное вмешательство государства. Государство поддерживает порядок, охрану и защиту частной собственности и конкуренции, т.е. создает благоприятные экономические условия для эффективного функционирования предпринимательства. Важнейшим средством стимулирования предпринимательства со стороны государства неоклассическая теория считает налоговую политику.

Основы кейнсианского направления были заложены английским экономистом Дж. М. Кейнсом в 30-е гг. XX века. Дж. Кейнс считал, что государство должно воздействовать на рынок в целях увеличения спроса, широко используя бюджетно-финансовые, кредитно-денежные регуляторы для поддержания высоких темпов роста экономики и уровня занятости. Главная роль отведена государственному воздействию на инвестиции. Взаимодействие властных и предпринимательских структур выглядели следующим образом: крупные производители обеспечивают устойчивый экономический рост, государство частично руководит процессом производства и гарантирует устойчивый спрос на продукцию. Помимо Англии и США кейнсианские рекомендации применялись в Японии и Швеции.

Теоретические концепции экономиста Ф. Перру нашли практическое применение в реализации государственных планов экономического развития во Франции в 40-е года XX в, определивших национальное своеобразие макроэкономического дирижизма. Дирижизм - это политика активного

вмешательства государства в экономику, где соблюдаются принципы индикативного (рекомендательного) государственного планирования по наиболее важным направлениям развития экономики, в сотрудничестве власти и бизнеса главенствующими являются органы государственной власти. Субъектами дирижизма являлись предприятия, организации, учреждения различных форм собственности и потребители, которых государство ограничивало в экономической самостоятельности, направляя их деятельность в нужное русло. Государство косвенно регулирует предпринимательскую деятельность: создаётся «коридор», в рамках которого предприятиям предоставляются «экономические бонусы», которые теряются, при выходе за пределы данного «коридора» [7].

Безусловно, деловые отношения предпринимательства с государственным аппаратом развивались и в России. Мероприятия некоторых монархов, проводимые с целью поддержки предпринимательства, принимаемые по этому поводу законодательные акты не всегда отличались преемственностью и системностью. В результате развитие предпринимательской деятельности в России носило скачкообразный характер, а так же большое влияние субъективного фактора, сложность определения основных тенденций становления российского предпринимательства.

С XIV века взаимосвязь характеризуется полной подчиненностью предпринимательской деятельности от правительства, начинают складываться поощрительная и покровительственная системы, приведшие к созданию монополий и деформации экономического развития. Особенностью допетровского периода развития явилось господство мелкого производителя. Становление крупного торгового предпринимательства происходило естественным путем благодаря не правительственным мероприятиям, а превосходством крупной торговли перед мелкой.

В период Петровских преобразований развитие крупного предпринимательства в сфере производства шло совершенно иными путями. В этот период именно государство, а не частный капитал, выступало главным

инициатором развития большинства направлений предпринимательской деятельности. В целях стимулирования расширения действующих производств использовались различные льготы. Казна приобретала изготовленные изделия вновь созданными предприятиями обеспечивался. А в тех случаях, когда товары не требовались казне, сбыт фабричных изделий обеспечивался высокой привозной (таможенной) пошлиной, а иногда прямым запрещением ввоза иностранных товаров того же рода или даже монополией производства и продажи, предоставленной отдельным фабрикантам. Отличительной чертой методов государственной поддержки предпринимательства Петровского периода является их сугубо именной характер.

В послепетровское время государственные меры поддержки предпринимательской деятельности пополнились новыми видами льгот. Первая четверть XIX века ознаменовалась реформами Александра I, использовались новые методы и средства государственной поддержки предпринимательской деятельности. Это - первые профессиональных журналы для предпринимателей («Северная почта» и «Журнал мануфактур и торговли»), издававшиеся за счет казны, а также открытие специальных школ, готовивших специалистов в области предпринимательской деятельности (Горный кадетский корпус - 1804 г., Технологический институт – 1826 г.) [1, с. 121].

Во второй половине XVIII века императрица Елизавета Петровна предоставляла дворянам льготы и привилегии, что повышало устойчивость крепостного хозяйства. Было проведено четыре акции в этом направлении: указ об объявлении винокурения дворянской монополией, организация Дворянского банка, передача дворянам казенных заводов Урала и генеральное межевание [6].

Дальнейшая деятельность государства в дореформенный период (1860-х годов) проявлялась, прежде всего, в помощи мануфактурному капиталу, отраслям, обслуживающим непосредственно потребности казны, при этом увеличивая ответственность предпринимателей за расходование и возврат выделяемых из государственного казначейства кредитов. Следует отметить

реформы 1860-х годов (отказ в рамках всего государства от принудительного труда и переход к труду вольнонаемному), они привели к резкому подъему частной инициативы, и вместе с тем казна продолжала покупку малорентабельных предприятий, а также стратегически важных для казны объектов частного предпринимательства [1].

С конца XIX века в России начинает восстанавливаться значение государственного предпринимательства по средствам усиления вмешательства в предпринимательскую деятельность. Проводятся крупные финансовые мероприятия с целью обеспечения поддержки и защиты национального предпринимательства.

В советское время вопроса о взаимодействии бизнеса и власти не существовало по причине отсутствия рыночной экономики и частной собственности на предприятия. Данная проблема вновь стала актуальна в период перехода к рыночным отношениям.

В сфере взаимоотношений российского государства и бизнеса в конце XX века Поварич И.П. и Шабашев В.А. выделяют пять ключевых этапов [8].

Первый этап (1990–1996 гг.) характеризуется определяющей ролью государства. Руководители исполнительной власти устанавливали, кто из бизнесменов будет лидером, а кто нет, в ходе процесса приватизации. Лидером становился тот, у кого получилось выстроить оптимальные отношения с первыми лицами структур власти. При этом главным было заручиться поддержкой со стороны не столько институтов, сколько конкретных лиц. Заключались взаимовыгодные соглашения, основанные на теневых отношениях.

На втором этапе (1996–1998 гг.) крупный бизнес, получивший прочную экономическую основу, стал важным политическим фактором, его роль превышала даже ресурс публичных государственных институтов. В то же время сам крупный бизнес переживал период расслоения. Наиболее активная и агрессивная его часть продолжила экспансию, что привело к так называемым олигархическим войнам. Приближенные к власти бизнес-группы, входя в коррупционные отношения с представителями власти, которые оказывали



значительное влияние на передел и делёж собственности, а также на направления финансовых потоков, становились лидерами.

Третий этап (1998–2000 гг.) отметился кризисом «олигархической» модели экономики, связанным с дефолтом в 1998 году. При этом, произошел естественный отбор, погибли аутсайдеры, а крупнейшие структуры, по большей части избавившись от финансовых институтов (или сделав их менее приоритетными), смогли сохранить свое положение в экономике. Чтобы выжить, многие бизнес-группы соглашались с действиями нового правительства в отношении бизнеса, а другие – отказывались, выражая протест. Это доказывало, что несмотря ни на что власть может быть даже при олигархии как институт власти.

Четвертый этап (2000–2003 гг.) характеризуется как время компромисса между властью и «олигархией». Крупному бизнесу предлагалось отказаться от глобальных политических амбиций и принять новые правила игры, установленные государством. Они подразумевали необходимость следовать общей политической линии в основных вопросах (информационная политика, реформа властной вертикали, чеченская проблема и т.д.). Новые правила категорически запрещали любые медийные кампании, направленные против президентской власти. Государство предложило бизнесу схему диалога посредством Совета по предпринимательству при правительстве и периодических встреч президента с руководством РСПШ, в состав которого вошли представители крупных бизнес-структур.

С 2003 г. наступает очередной этап в развитии отношений бизнеса и государства. Президентская власть критически воспринимала ограниченность своих ресурсов в ряде ключевых экономических вопросов, связанных с деятельностью крупных компаний - от налогообложения сырьевых отраслей до приватизации. Кроме того, государство стало еще более заинтересованным в том, чтобы заставить бизнес делиться. Одним из самых эффективных способов системного «давления» на бизнес является концепция корпоративной социальной ответственности.

В 2004–2005 гг. разрабатываются стратегии и концепции развития приоритетных секторов экономики, бизнеса и образования. Приоритетной целью являлись создание дополнительных возможностей для реализации конкурентоспособности российской экономики и бизнеса, а также снятие структурных ограничений их развития. Правительство направляет свои силы на государственное регулирование бизнес-процессов, внедрение новейших инновационных технологий.

В 2008 г. сформировалось новое Правительство, в полную силу заработали в новой Государственной Думе парламентские партии. В рамках реализации распоряжения Правительства РФ от 17.11.2008 №1662 - р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» началась реализация новых и продолжение принятых ранее программ модернизации страны. Расширяется диалог власти и бизнеса, происходит рост сектора малого и среднего бизнеса, а одно из приоритетных направлений государственной экономической политики. - формирование цивилизованного рынка и высокой деловой культуры [8].

В настоящее время российская система государственного регулирования бизнеса и экономики находится в процессе интенсивного развития. Федеральный закон от 28.06.2014 №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» определяет задачи и направления действий исполнительной власти, в том числе, в сфере управления экономикой и бизнесом. В связи с посланием Президента РФ Федеральному Собранию от 03.12.2015 «Послание Президента Российской Федерации» власть должна выстраивать отношения с бизнесом, как с равным партнером.

Можно сделать вывод, что историческое развитие сформировало относительно устойчивые и довольно разнообразные типы отношений между государством и бизнесом. В настоящее время проблемы взаимоотношений государства и бизнеса выдвинулись на одно из ведущих мест для каждой страны, бизнес по праву превратился в самостоятельный субъект экономической и социальной жизни, что обусловило важную проблему согласования интересов государства, бизнеса и народа.

## Список литературы:

1. Поляк Г.Б. Всемирная история. Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2000.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА, 2011.
3. Экономическая теория (политическая экономия). Учебное пособие. – М.: Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации, 1997.
4. Мингазинова Е.Р., Оборин М.С. Малый бизнес и власть: взаимодействие. Life Science Journal. - №11 (8s). – 2014.
5. Август Октавиан Хронос. Всемирная история в интернете: – [Интернет ресурс] - Режим доступа: [http://www.hrono.ru/biograf/bio\\_a/avgust\\_okt.php](http://www.hrono.ru/biograf/bio_a/avgust_okt.php) (Дата обращения: 5.02.2016).
6. Всемирная история. Укрепление феодального землевладения и диктатуры дворянства: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/istoriya/150.html> (Дата обращения: 14.02.2016).
7. Особенности государственного регулирования экономики во Франции. Экономическая политика дирижизма: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: [http://studme.org/14050225/politekonomiya/osobennosti\\_gosudarstvennogo\\_regulirovaniya\\_ekonomiki\\_frantsii\\_ekonomicheskaya\\_politika\\_dirizhizma](http://studme.org/14050225/politekonomiya/osobennosti_gosudarstvennogo_regulirovaniya_ekonomiki_frantsii_ekonomicheskaya_politika_dirizhizma) (Дата обращения: 11.02.2016).
8. Отношения общества, органов власти и бизнес-структур на федеральном, региональном и муниципальном уровнях: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: <http://www.monographies.ru/139-4591> (Дата обращения: 29.01.2016).
9. Практика применения концессионных соглашений для развития региональной инфраструктуры в России. Центр развития Государственно-частного партнерства: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: <http://pppcenter.ru/assets/doc> (Дата обращения: 22.02.2016).
10. Словари и энциклопедии: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: <http://www.endic.ru/politic/Vzaimodejstvie-1160.html> (Дата обращения: 1.03.2016).
11. Федеральная налоговая служба. Краткая история налогов: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: [https://www.nalog.ru/history\\_ufns/4303557/](https://www.nalog.ru/history_ufns/4303557/) (Дата обращения: 26.02.2016).
12. Федеральный закон от 11 августа 1995 года № 135 – ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (Дата обращения: 11.02.2016).
13. Философская энциклопедия. Взаимодействие: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: <http://caute.ru/ilyenkov/texts/enc/interact.html> (Дата обращения: 27.01.2016).
14. FB.ru. Меценатство – это ... Известные меценаты. Современные меценаты: – [Интернет ресурс] – Режим доступа: <http://fb.ru/article/144663/metsenatstvo-eto-izvestnyie-metsenaty-i-sovremennyye-metsenaty> (Дата обращения: 21.02.2016).

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ОБЩЕСТВЕННЫЕ  
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

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

№ 3 (32)  
Март 2016 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»  
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213

E-mail: [mail@nauchforum.ru](mailto:mail@nauchforum.ru)

