



nauchforum.ru

# НаучФорум

Оставь свой след в науке

ISSN 2310-0362

СБОРНИК ВКЛЮЧЕН  
В НАУКО-  
МЕТРИЧЕСКУЮ БАЗУ

## РИНЦ



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

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ  
№ 4(33)**

г. МОСКВА, 2016



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

# МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 4 (33)  
Апрель 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 XXXIII студенческой международной заочной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2016. – № 4 (33) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/4\(33\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/4(33).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XXXIII 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.

ISSN 2310-0362

ББК 60+65.050  
© «МЦНО», 2016 г.

## **Оглавление**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Секция 1. История</b>                       | <b>6</b>  |
| БИТВА ЗА ВИЛЛЕР-БОКАЖ. ИЗВЕСТНОЕ О НЕИЗВЕСТНОМ | 6         |
| Назаров Иван Дмитриевич                        |           |
| Назарова Наталья Вадимовна                     |           |
| Кошелева Алла Игоревна                         |           |
| БИТВА ЗА КАН. РУИНЫ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ВАЖНОСТИ    | 23        |
| Данилин Дмитрий Андреевич                      |           |
| Кошелева Алла Игоревна                         |           |
| <b>Секция 2. Политология</b>                   | <b>30</b> |
| ОПТИМИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО            | 30        |
| СОЛИДАРНОГО ОБЩЕСТВА                           |           |
| Лавриненко Ирина Владимировна                  |           |
| Кривец Алла Павловна                           |           |
| СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ        | 39        |
| Пудеян Тамара Васильевна                       |           |
| Гущина Людмила Викторовна                      |           |
| <b>Секция 3. Социология</b>                    | <b>45</b> |
| ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ ССУЗОВ    | 45        |
| Хайруллина Аделина Рустемовна                  |           |
| Хадиева Гульнара Мансуровна                    |           |
| <b>Секция 4. Философия</b>                     | <b>50</b> |
| БЕРДЯЕВ О ПРОБЛЕМЕ ЧЕЛОВЕКА                    | 50        |
| Ковалёв Антон Сергеевич                        |           |
| Федотова Людмила Фёдоровна                     |           |
| ПРОБЛЕМА ОДИНОЧЕСТВА В ФИЛОСОФИИ               | 57        |
| Молова Валерия Валерьевна                      |           |
| Федотова Людмила Фёдоровна                     |           |
| СУБЪЕКТИВНАЯ ПРОЕКЦИЯ ВИРТУАЛЬНОГО МИРА        | 63        |
| Сенинг Юлия Александровна                      |           |
| Соломатина Вероника Ивановна                   |           |
| Болотникова Елена Николаевна                   |           |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Секция 5. Маркетинг</b>   | <b>70</b> |
| АНАЛИЗ КРУПНЕЙШИХ ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ<br>КРАУДФАНДИНГОВЫХ ПЛОЩАДОК В КАЧЕСТВЕ<br>ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИХ КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ<br>ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ НОВИНКИ НА РЫНОК<br>Евстегнеева Дарья Сергеевна<br>Кизеев Вениамин Михайлович | 70        |
| МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ<br>ПАДЕНИЯ СПРОСА НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ<br>(НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНОВ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ<br>И ЭЛЕКТРОНИКИ ГОРОДА САРАТОВА)<br>Коноплева Анастасия Вадимовна<br>Сычева Виктория Олеговна         | 76        |
| ОСОБЕННОСТИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ<br>РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ ПРОДУКТОВ<br>ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ<br>Фефелова Анастасия Андреевна<br>Захарова Юлия Николаевна  | 80        |
| <b>Секция 6. Менеджмент</b>  | <b>85</b> |
| ВЫБОР МЕТОДА ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАИБОЛЕЕ<br>ЭФФЕКТИВНОГО УЧАСТНИКА В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ<br>ОРГАНИЗАЦИИ<br>Авилов Игорь Александрович<br>Ткачев Вадим Александрович   | 85        |
| СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ПАО АНК «БАШНЕФТЬ»<br>Аксаниченко Наталья Анатольевна<br>Судова Татьяна Леонидовна   | 90        |
| <b>Секция 7. Регионоведение</b>  | <b>97</b> |
| ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА<br>ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ<br>Катаева Элита Магомедовна<br>Башлаева Румиса Хас-Магомедовна<br>Дашкова Елена Валерьевна  | 97        |
| ПРОБЛЕМА ЖИЗНИ И СМЕРТИ В ДУХОВНОМ ОПЫТЕ<br>ЧЕЛОВЕЧЕСТВА<br>Собанина Алена Владимировна<br>Федотова Людмила Фёдоровна  | 103       |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Секция 8. Экономика</b>  | <b>112</b> |
| КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ<br>В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА<br>Андриевская Людмила Сергеевна<br>Сопин Вадим Станиславович  | 112        |
| ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ<br>НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ<br>Бер Анри Роиниевич<br>Кизян Наталья Геннадьевна   | 117        |
| СХЕМА ПОСТРОЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТАМИ<br>С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО<br>ПОДХОДА<br>Волокитин Владислав Анатольевич<br>Соколова Светлана Владимировна  | 124        |
| ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЧАСТНОГО<br>ПАРТНЕРСТВА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)<br>Горохова Мария Андреевна<br>Кузьмина Анна Алексеевна<br>Кладкина Сассылаана Николаевна                                     | 129        |
| МЕТОДЫ АКТИВИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ<br>ОКРУГЕ<br>Гурова Галина Владимировна<br>Бачу Екатерина Федоровна<br>Малашук Наталья Михайловна<br>Олехнович Анастасия Васильевна | 136        |
| ФИНАНСИРОВАНИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ<br>АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ<br>Зайцева Наталия Михайловна  | 141        |
| НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ<br>ПОЛИТИКИ<br>Оганесян Елена Самвеловна<br>Карпович Наталья Константиновна  | 146        |
| КОНТРОЛЬ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОЙ<br>СИСТЕМОЙ В РОССИИ<br>Терехова Марина Геннадьевна  | 151        |

## **СЕКЦИЯ 1.**

### **ИСТОРИЯ**

#### **БИТВА ЗА ВИЛЛЕР-БОКАЖ. ИЗВЕСТНОЕ О НЕИЗВЕСТНОМ**

***Назаров Иван Дмитриевич***

*студент Пензенского государственного университета, факультета ВТ,  
РФ, г. Пенза*

***Назарова Наталья Вадимовна***

*студент Пензенского государственного университета, факультета ВТ,  
РФ, г. Пенза*

***Кошелева Алла Игоревна***

*научный руководитель, доц. Пензенского государственного университета,  
кандидат исторических наук кафедры «История отечества государства  
и права»,  
РФ, г. Пенза*

Во времена Второй мировой войны было множество сражений. Маленьких и больших, значимых и не очень. Помимо множества отличий все сражения отличаются своей степенью известности. От самых известных (Курская битва, операция «Багратион», битва за Москву, Сталинградская битва и т. д.), до неизвестных широкой общественности. Цель данной статьи рассказать об одном из таких неизвестных сражений, провести сравнительный анализ сил сторон, а также выработать на этой основе выводы о том, как могут человеческие слабости (такие как самоуверенность и безответственность) сыграть злую шутку со множеством людей и показать людям к чему может привести подобное поведение, ведь война лучше всего отражает цену людских ошибок и слабостей.

Это сражение получило название «Бой у Виллер-Бокаж» 13 июня 1944 г. Оно входило в битву за Кан и в операцию войск союзников «Восхождение». Цель союзников на этом направлении - зайти во фланг обороняющимся немецким частям в районе Тийи-Сюр-Сель (небольшая коммуна во Франции

в округе города Кан). Цель немецких войск, следовательно, этого не допустить. Забегая вперед хочу сказать, что немецкие войска разбили наступающих союзников, но в тактическом плане эта победа им ничего не принесла.

Для большего понимания произошедшего стоит рассмотреть технику обеих сторон. Начнем с техники Германии:

### **Т-6(PzVI Тигр).**

Тяжелый танк нацистской Германии, пошел в серию в 42-м году. Вооружен он танковой адаптацией знаменитого зенитного орудия «Ахт-Ахт» (восемь-восемь, что является калибром орудия по немецкой системе, в которой калибр указывается не количеством миллиметров (например, советское 85мм орудие Д-5Т), а количеством сантиметров(как в данном случае 8.8см KwK 36)).

Танк защищен 100мм лобовой броней с нерациональными углами наклона, весит 57 тонн, имеет подвеску с шахматным расположением катков и 700-сильный двигатель Maybach HL 230.

Танк имеет множество недостатков, таких как: слишком большая ширина ходовой (ни на одну грузовую платформу танк Тигр не влезал, пришлось делать специальные), двигатель для такого веса был слишком слабым, он работал на пределе и поэтому часто выходил из строя(что и произошло с Тигром М.Виттмана во время разбираемого мной сражения), нерациональные углы расположения бронелистов (если на 42-й год Тигр был защищен хорошо, то в 44-м его броня на Восточном фронте уже не могла предоставить достаточной защиты, хотя на Западном фронте его броня все еще предоставляла очень хорошую защиту), сложная в ремонте ходовая (при поломке, катка близкого к корпусу, приходилось полностью разбирать всю ходовую) и еще множество мелких недостатков.

Но также имел и немало достоинств, которые и обеспечили ему популярность среди немецких танкистов: его орудие было достаточным для поражения практически любого танка (кроме танка ИС-2 образца 1944 года), при этом имело довольно высокую точность и боевую скорострельность в 3-4 выстрела в минуту, броня также является и достоинством, все



же большую часть войны она обеспечивала достаточную защиту, особенно на больших дистанциях, широкие гусеницы обеспечивали хорошую проходимость даже по бездорожью Восточного фронта (хотя часто недостаточную). В целом этот танк признается множеством военных экспертов (его основные конкуренты в этой номинации - это ИС-2 1944г и Т-5 Пантера) как самый мощный танк второй мировой войны.

#### **Т-4(Pz IV).**

Средний танк нацистской Германии, основной танк 3-го Рейха. Он имел множество модификаций и точные модификации Т-4, использовавшихся в рассматриваемой мной битве, не известны, но я предположу, что это Pz IV ausf H. Т-4 это довольно слабый танк, весь расчет при их использовании был на массовость (хотя немецкая промышленность этого обеспечить не могла). Если советский Т-34-85 (который выполнял ту же роль) имел орудие, позволявшее бороться даже с самой тяжелой техникой Рейха (по крайней мере бортовая броня поражалась его орудием стабильно) то Т-4 такого орудия не получил. Хотя Т-4 был вполне сопоставим по боевой эффективности с противостоявшими им на Западном фронте Шерманами (за исключением некоторых модификаций) и Кромвелями. Вооружена модификация H (так вооружены все модификации начиная с G2, до этого все модификации были вооружены 75мм короткоствольной пушкой, т.н. «окурок») 75мм длинноствольным орудием, которое позволяет поражать во фронтальную проекцию все легкие и средние танки антигитлеровской коалиции, но для поражения более защищенных машин его уже не хватает.

Танк имел 265 сильный двигатель Maybach HL 120 TRM, узкие гусеницы и классическую подвеску. Совокупность этих характеристик обеспечивала ему низкую для Восточного фронта и достаточную для Западного фронта проходимость. Бронезащита его не могла гарантированно спасти даже от многих легких танков. В самых защищенных местах она достигала 80мм под прямым углом.

Этот танк имеет целый ворох проблем и недостатков, таких как: низкая бронезащита, низкая для среднего танка скорость, низкая проходимость, недостаточно мощное орудие и слабый двигатель. И при этом ярко выраженных достоинств, кроме достаточно высокого уровня комфорта экипажа, он не имел. Также некоторые модификации (Н в частности) имели дополнительные тонкие экраны, которые были призваны защитить танк от новых кумулятивных снарядов Союзников, но на деле имели мало смысла (кумулятивные снаряды были редкими, но и от них эти экраны не помогали т.к. были слишком тонкими), но конструкцию утяжеляли и мешали доступу к ходовой для ремонта.

Арсенал Германии мы рассмотрели. Теперь приступим к технике Союзников:

#### **М4А4 Шерман Файрфлай(Светлячок).**

Практически единственный танк Союзников, который мог практически свободно поражать такие танки Германии, как Тигр и Пантера. Вооружен он легендарным 17-ти фунтовым орудием (76,2мм). Это самый удачный вариант платформы для данного орудия. Изначально было много проблем с компенсацией отдачи, но потом как противооткатное устройство стали использовать корпус самой башни. Это крайне удачное и технически простое решение. Танк сохранил достоинства и недостатки обычного шермана. Из недостатков стоит отметить узкие гусеницы, недостаточную бронезащита, недостаточную скорость, низкую устойчивость (советские танкисты по началу часто переворачивали другие модификации Шерманов т.к. привыкли к крайне устойчивым приземистым Т-34), крупные размеры.

Достоинства - это просторное и комфортное боевое отделение, достаточно мощный двигатель и низкая цена, а английский вариант, Файрфлай, получил мощное орудие, которое вместе с просторным и комфортным боевым отделением дают неплохую боевую мощь.

Это пример танка от военных для военных, причем пример достаточно удачный. Танк использовался после войны разными странами еще довольно

долго. Он имел 370 сильный двигатель, узкие гусеницы и устаревшую ходовую. Даже мощный двигатель давал недостаточную для Восточного фронта проходимость (данная модификация там не бывала), но для Западного была более чем достаточная. Эти танки были необходимы войскам Союзников, поэтому их часто пускали в задних рядах, чтобы, пока их более слабые собратья отвлекают огонь на себя, уничтожить немецкую технику.

Также от союзников в рассматриваемом сражении принимали участие и танки Кромвель (точная модификация неизвестна, но судя по фотографиям, я предположу, что это Mk8).

### **Кромвель Mk8 (“Cromwell”).**

Средний танк Кромвель был вооружен 57мм короткоствольным орудием, которое было недостаточно мощным для борьбы с тяжелыми немецкими танками, однако обеспечивало достаточную огневую мощь что бы расправиться с любым средним и легким танком Германии.

Танк имел 600 сильный двигатель Rolce-Royce Meteor, достаточно узкие гусеницы и подвеску Кристи. Проходимость была достаточной для Западного фронта, а на Восточный его не поставляли.

Этот танк, как ни странно, английские танкисты уважали гораздо меньше Шермана, хотя Кромвель имеет множество очевидных преимуществ перед ним. Основные его преимущества это высокая скорость, крайне мощный двигатель (при в два раза меньшей, чем у Тигра, массе он имеет двигатель всего на 100 л.с. слабее), скорострельность (57мм. унитарные снаряды достаточно легкие, а в башне достаточно места для комфортного их заряжания) и относительная простота его ремонта.

Из недостатков нужно слабая бронезащита, недостаточное заброневое воздействие (57 мм. снаряд, особенно без гильзы, достаточно маленький и что бы нанести танку несовместимые с дальнейшим сражением повреждения придется сделать несколько выстрелов) и сложность их верного применения (эти танки подойдут как орудие прорыва глубоко в тыл врага, для обходных маневров и других вещей, для которых нужна высокая скорость и не нужно

вступать в прямое сражение с тяжелой техникой Германии, если использовать их для поддержки пехоты, то преимущество в скорости теряется, т.к. пехоту надо ждать, а вот недостатки в бронезащите проявляются особенно остро) и отсутствие фугасных снарядов (в виду их полной неэффективности т.к. в 57мм снаряд взрывчатки помещалось меньше, чем в ручную наступательную гранату).

Остальную технику союзников смысла рассматривать нет, т.к. в этом сражении она не сыграла практически никакой роли.

Со стороны Германии в сражении участвовали 2 танковые роты 101 тяжелого танкового батальона СС (1 рота, в составе которой значилось на начало сражение 10 тяжелых танков Т-6. под командованием Р. Мёбиуса, и 2 рота, которая, в свою очередь, имела всего 6 танков Т-6 и командовал ей широко известный в определенных кругах немецкий танковый ас Михаэль Виттман), учебная танковая дивизия (Panzer-Lehr-Division) и 2 батальона 2-й танковой дивизии(имеющие в своем составе танки Т-4 и пехоту, точное число пехоты и танков Т-4 неизвестно). Всего танковые части Германии были представлены примерно 30-40 танками.

Со стороны Союзников 7-я бронетанковая дивизия («старая гвардия» Монтгомери, ранее известная по боям в Африке и Италии, но в бою участвовала на вся дивизия, а только 22-ая бронетанковая бригада Роберта Хинда, т.к. всю дивизию в прорыв ввести не получилось), а также одна стрелковая рота, позже к ним присоединились части бронетанкового эскадрона «В» под командованием Б. Коттона и пехота Королевского Суррейского полка её Величества. Точный состав танков неизвестен, но предположительно это 60 танков Кромвель (основная часть танков на этом поле боя – это именно танки Кромвель, танков Шерман Файерфлай (светлячок) было крайне малое количество, т.к. крайняя ценность этого танка в тактическом плане и не очень большие объемы его производства накладывали отпечаток на их численность в отдельно выделенных подразделениях), Шерман Файерфлай и несколько разведывательных М3А3 Стюарт.

Исходя из выше сказанного можно прийти к выводу что, немцы имели преимущество по технике в этом бою. Даже в открытом противостоянии немцы смогли бы разбить без особых проблем силы Союзников.

Британские танкисты перед прорывом были пересажены на новые танки (Кромвели). Ранее они воевали на танках Шерман различных модификаций (английские войска считали, что танк Шерман превосходит Кромвель, хотя на самом это не так), что сильно деморализовало английских танкистов. По плану войска союзников не должны были встретить никакого сопротивления, но планы в военное время дело условное, редко когда все идет по плану. Это раз не стал исключением, 7 июня 101 тяжелому танковому батальону СС был дан приказ выдвигаться в район Виллер-Бокаж. Ужасные дороги и налеты союзной авиации (авиация 3 Рейха не могла противопоставить чего-то серьезного Союзникам т.к. основные их силы были заняты на Восточном фронте, поэтому многие тяжелые немецкие танки, которые были практически неприступны для орудий союзников, часто становились добычей летчиков, особенно это касается таких мастодонтов как Ягдтигр или Фердинанд) осложнили дорогу нацистам, но тем не менее к исходу 12-го июня немецкие части прибыли на место.

Первый отряд под командованием гауптштурмфюрера СС Рольфа Мебиуса, разместился в Нуайе-Бокаж, на 10 км северо-восточнее Виллер-Бокаж. Вторым отрядом командовал знаменитый ас Михаэль Виттман (его Тигр с бортовым номером 205 сломался в пути, в бою он участвовал на Тигре с номером 212). Его танки остановились на ночь на склоне возвышенности Кот де Ланд, обозначенной на британских картах как «высота 213».

Немцы подозревали о том, что союзники скоро ударят. И были правы. В ночь с 12 на 13 июня поступил приказ: «быть готовым атаковать и уничтожать любые подразделения противника, пытающиеся прорваться с северо-востока и северо-запада». И они не ошиблись.

Авангард 22-й английской бронетанковой бригады вошел в Виллер-Бокаж примерно в 8:15 утра по британскому времени. Не задерживаясь в городке,

передовой отряд направился к высоте «213», расположенной примерно в 2 километрах северо-восточнее. Виттман наблюдал за прохождением британских танков по национальному шоссе №175 с импровизированного НП, оборудованного у проселочной дороги, известной как Старый Канский тракт. Существует информация о том, что англичан с радостью встретили местные французы, но о недавно прибывших немцах они почему-то умолчали. Возможно, они боялись карательных мер со стороны нацистов, возможно, были еще какие-то причины.

4-й полк Йоменов имел в своем составе три танковых («А», «В» и «С») и один штабной эскадрон. Танковые полки в составе британских бронетанковых бригад были эквивалентны батальонам армий других стран, а их эскадроны соответствовали танковым ротам. Штатно полк включал в себя 61 средний танк (по 19 танков в каждом из трех танковых эскадронов и 4 танка в штабном эскадроне), 11 легких танков «Хани» (британское прозвище американского легкого танка М3А3 «Стюарт»), 6 зенитных танков «Крусейдер АА» Mk.II и 9 бронемашин «Хамбер». Подавляющее большинство средних танков составляли «Кромвели» с 75-мм орудием. В каждом танковом взводе имелся один «Шерман Файрфлай», оснащенный мощным 17-фунтовым орудием, способным пробивать броню немецких тяжелых танков.

Перед немецкой атакой эти силы британцев располагались вдоль шоссе №175 - на достаточно протяженном участке между высотой «213» и западной окраиной Виллер-Бокаж, - и дальше по дороге, ведущей из Виллер-Бокаж в Амей-сюр-Селль. Диспозиция британских войск выглядела следующим образом (далее цитата из Е. Музальков, Е. Хитряк, Y. Jouault. Виттман против «крыс пустыни»):

«- Три взвода эскадрона «А» 4-го полка Йоменов - непосредственно на высоте «213». Танки 2-го и 3-го взводов рассредоточились на прилегающих полях и в садах, образовав оборонительный периметр. Машины 4-го взвода остались на шоссе в районе фермерского дома, где командир 4-го полка Йоменов подполковник Артур Крэнли организовал временный КП. Вместе

с подполковником на КП находились командир эскадрона «А» майор Питер Скотт и командир роты «А» майор Джеймс Райт. В 50 метрах от гребня высоты остановился «Кромвель» корректировщика огня 5-го полка Королевской конной артиллерии (ККА) капитана Роя Данлопа.

- В 200–300 метрах ниже гребня высоты - 3 танка штабного взвода эскадрона «А». Чуть ниже по дороге двигался «Кромвель» с собственным именем “Shufti Cush” из 2-го взвода. Этот танк отстал от колонны и теперь спешил догнать свой взвод.

- У перекрестка шоссе №175 с проселочной дорогой, ведущей к ферме Ля Сидри, находились 2 «Кромвеля» и 1 «Шерман Файрфлай» арьергардного 1-го взвода эскадрона «А». «Шерман Файрфлай» имел собственное имя «Blondie».

- Ниже по склону возвышенности по шоссе двигались 3 полугусеничных бронетранспортера М9А1 с офицерами и сержантами роты «А» Стрелковой бригады. По стечению обстоятельств, незадолго до атаки Витмана командный состав роты получил приказ майора Райта прибыть на совещание на временный КП на высоте №213. Четвертый бронетранспортер с офицерами отстал и приближался к слиянию шоссе с аллеей, ведущей к ферме Ле Ван.

- Еще примерно в 150 метрах ниже остановились 5 бронетранспортеров «Универсал Кэрриер» роты «А». Эти машины были переданы роте, чтобы как-то компенсировать отсутствие разведывательного взвода.

- Остальная бронетехника роты «А» размещалась на правой обочине дороги вдоль 300-метрового отрезка шоссе вплоть до слияния с дорогой на Тилли-сюр-Селль. Здесь находились 7 бронетранспортеров М9А1, два бронетранспортера «Универсал», четыре тягача «Карден-Ллойд» и два 6-фунтовых орудия противотанкового взвода лейтенанта Роджера Батлера. Личный состав роты получил разрешение спешиться, а тот факт, что офицеры и большинство сержантов отправились на высоту «213», серьезно ослабил бдительность британских солдат.

- В 20 метрах ниже по шоссе располагались 2 легких танка «Хани» разведывательного взвода 4-го полка Йоменов.

- На окраине Виллер-Бокаж - на участке между фермами Лемонье и Геру, - находилась бронетехника штаба 4-го полка Йоменов. На правой обочине дороги остановились четыре «Кромвеля» штабного эскадрона и бронемашина взвода связи. На левой обочине был припаркован «Хамбер» лейтенанта Чарльза Пирса.

- В нескольких десятках метров ниже изгиба главной улицы, напротив отеля «Бра д'Ор», стояли 2 танка корректировщиков огня 5-го полка ККА. Орудие в башне «Шермана ОР» майора Дэнниса Уэллса было заменено деревянным муляжом. Вторым танком был «Кромвель» капитана Пэди Виктори.

- Еще ниже по рю Клемансо расположились еще 5 танков «Хани» разведывательного взвода полка Йоменов, «Хамбер» командира взвода капитана Джона Филиппа-Смита и бронетранспортер М9А1 офицера медицинской службы капитана Маклина.

- Следующий британский танк находился на северной оконечности площади Жанны д'Арк. Это была головная машина эскадрона «В» 4-го полка Йоменов - «Шерман Файрфлай» сержанта Стэна Локвуда. Прочие машины эскадрона «В» размещались уже за пределами Вильер-Бокаж - вдоль дороги на Амей-сюр-Селль. Там же, но еще дальше на северо-запад, спешился эскадрон «С» полка».

Некоторые приписывают Виттману сражение против целой бронетанковой дивизии, но это совсем не так. В действительности ему противостояла танковая рота, пехотная рота и штабные части. Со своего наблюдательного пункта он видел только арьергард британцев, но он прекрасно понимал, что это еще не все их силы. Посчитав, что ждать больше нельзя, он бросился к ближайшему Тигру (как было установлено недавно, он имел номер 212), приказал его командиру поднимать остальные экипажи по тревоге, а сам занял его место и отправился в бой. Он был, очевидно, обнаружен, но доложившему сержанту



не поверили. Ведь силы немцев никто тут увидеть не ожидал. Первыми двумя целями стали Кромвель и Шерман Файерфлай. Для них все закончилось так быстро, что они ничего не успели сделать. Затем был уничтожен и третий танк.

Оттуда ему открылся обзор на колонну роты «А». Предположительно, изначально Виттман хотел уничтожить только авангард, а решение отправиться в Виллер-Бокаж он принял спонтанно. Три бронетранспортера с офицерами и сержантами роты «А» Стрелковой бригады успели проскочить на высоту «213» в тот момент, когда Виттман расстреливал танки арьергардного взвода Йоменов.

Четвертому М9А1 такого шанса не представилось, и он стал первым бронетранспортером роты «А», подбитым в ходе атаки Виттмана. Затем наступил черед и остальных бронемашин роты. Ведя огонь из пулеметов и орудия, танк Виттмана методично уничтожал их, постепенно приближаясь к слиянию шоссе с дорогой на Тилли. Британские пехотинцы бежали кто куда, не имея возможности что-то предпринять.

Судя по воспоминаниям уцелевших пехотинцев роты, по ним велся шквальный пулеметный огонь. Вряд ли такую плотность мог обеспечить один только танк Виттмана. Так что, скорее всего, Виттман на тот момент был уже не один, хотя, как говорится, у страха глаза велики.

В журнале радиопереговоров 30-го корпуса зарегистрировано, что по авангарду колонны вели огонь четыре «Тигра»: три из них находились южнее шоссе (и, несомненно, относились к отряду Виттмана), а один - севернее. Про участие в сражении этого танка с номером «231» в многочисленных описаниях героической вылазки Виттмана обычно не говорится ни слова. Покончив с бронетехникой роты «А», Виттман направился непосредственно в Виллер-Бокаж. Можно спорить, разумным ли было его решение войти в город. Очевидно, свою роль сыграло то, что до этого момента никакого серьезного сопротивления со стороны противника он не встретил. М3А3 не могли причинить ему даже неудобств и были методично уничтожены, после чего настала очередь остальной бронетехники.

Экипажи Кромвелей отводили свои танки по шоссе пытаясь спастись самим и спасти свои танки. 4 Кромвеля были подбиты в попытках спастись, остальные британцы поняли насколько немцы близко, только когда увидели летящую на полном ходу бронемашину лейтенанта Пирса. Они начали отходить в глубь города, только «Шерман ОР» (артиллерийский корректировщик) остался на своем месте т.к. большая часть экипажа готовила чай. Первым, кого увидел Виттман, был именно этот Шерман. Ему понадобилось 2 выстрела на то, чтобы поразить невооруженный танк (артиллерийские корректировщики вместо орудия имели деревянный макет). Первый выстрел цели не достиг. Возможно, экипаж нервничал т.к. в городе любой, даже самый защищенный танк, становится крайне уязвимым.

Потом Виттман схватился с Кромвелем капитана Дайса. Дайс в интервью говорил, что сделал 2–3 выстрела, но Т-6 их проигнорировал и подбил Кромвель первым же снарядом.

Следующий трофей Виттмана-танк капитана Виктори. У него заклинило ходовую и при виде Т-6 Виттмана капитан с экипажем поспешили ретироваться, а танк постигла участь остального штабного взвода. Следующая встреча ознаменовала конец дерзкой вылазке немецкого аса.

Т-6 остался на пустой площади и экипаж испытал некую растерянность. Засада могла быть где угодно. Но вылазку решено было продолжить. Экипаж вращал башней, надеясь увидеть засаду вовремя, но Шерман Файрфлай Локвуда все равно застал аса врасплох.

Первый выстрел успеха Локвуду не принес, скорее всего это был промах. Второй явно попал, но это никак не помогло. Но от сотрясений 17-фунтового орудия обрушился фрагмент дома, который заслонил Шерман от ответного удара Тигра. Виттман совершил 2 промаха, т.к. видимость была околонулевая, он даже не знал, что по нему стреляет танк. Он заявил, что это было противотанковое орудие, вот только в городе их не было. А Локвуд выстрелом «наудачу» разрушил ходовую Т-6, чем закончил вылазку Экипаж «Тигра» во главе с Виттманом выбрался наружу и пешком направился на север,

в направлении Орбуа, где располагался штаб Учебной танковой дивизии. То, что им удалось невредимыми пробраться через Виллер-Бокаж, свидетельствует, насколько слабым было британское присутствие в городке в то утро.

На этом участие Виттмана в сражении за Виллер-Бокаж завершилось. Однако до окончания сражения было еще далеко. Пока знаменитый танковый ас со своим экипажем пешком пробирался в Орбуа, оставшиеся без командира экипажи 2-й роты вынуждены были импровизировать. Приказ Виттмана изолировать британский отряд, прорвавшийся на высоту «213», они выполнили, но для полного уничтожения противника сил было явно недостаточно. К тому же, в первую очередь, следовало нейтрализовать британских пехотинцев, рассеянных по полям на участке между высотой и городком. Вопреки распространенному мнению, немецкие танки имели поддержку пехоты, ведь тактика, которую они избрали, и наличие пехоты в составе делает сценарий отсутствия пехоты в бою малореальным. Британцы, занявшие высоту 213, бездействовали, они надеялись, что на их спасение выдвинут столько, сколько смогут сил (среди них было множество офицеров и мало солдат), и понимали, что в лоб их взять будет непросто, т.к. позиция сильно ограничивала маневры немцев.

Но изнуряющему огню они противопоставить ничего не смогли. Между тем штаб 22-й бригады в срочном порядке выдвинул вперед 1/7-й батальон бригады Стражи Королевы, который на момент атаки Виттмана находился в районе деревни Сен-Жермен, в трех милях северо-западнее Виллер-Бокаж. Прибыв в город, британская пехота занялась «выкуриванием» из домов мелких групп немецких солдат и оборудованием линии обороны, построенной таким образом, чтобы держать под огнем основные перекрестки дорог. Одна рота батальона была придана эскадрону «В» для попытки прорыва к высоте «213», но быстро выяснилось, что весь отрезок шоссе между городом и гребнем высоты простреливается противником. Взвод эскадрона «В» под командованием лейтенанта Билла Коттона был направлен на юг с задачей отыскать обходной путь на высоту «213», но успеха не достиг.

И тогда Коттон организовал засаду, на наиболее удачном (как ему казалось) месте. Отбивать Виллер-Бокаж отправился Мёбиус со своими Тиграми (ранее попытку атаки предприняли 4 Т-4, но были подбиты). Нацисты вошли в город, когда капрал Хорн добивал один из Т-4, Т-6 немедленно открыли по нему огонь, но он чудом сумел отступить, хотя и выдал положение засады.

Но немцы план не изменили. Первый Тигр должен был проскочить засаду на скорости. И это ему почти удалось, но на финальном отрезке по нему открыли ураганный огонь. Следующий Т-6 постигла аналогичная судьба.

Наступило затишье, в это время британцы подожгли подбитые Тигры что бы немцы их не починили (о способностях немецких ремонтных летучек у Союзников легенды ходили, причем часто вполне правдивые). Затем тройка Т-6 попыталась прорваться, но их попытку также ожидала неудача. Вечером войска союзников покинули Виллер-Бокаж, однако причиной стали не Тигры, а 2 батальона панцегренадеров, артиллерия и 2 танковые дивизии, которые прибыли вечером. И тот факт, что контроль города без контроля высоты смысла не имел. Дневная атака стоила немцам 6-ти Т-6 и 3-х Т-4.

Рейд Витмана в Вильер-Бокаж обычно подается как подтверждение грандиозных личных счетов немецких танковых асов. Если Витман в одиночку и за короткое время смог уничтожить 25 танков лучшей дивизии британской армии, то что говорить о противнике, менее подготовленном и плохо организованном. Однако подсчеты показывают, что победный реестр Витмана в этом бою явно завышен.

Самый известный танковый ас участвовал только в первой фазе сражения. За это время британцы потеряли 13 танков (из них 11 средних и 2 легких), 20 единиц легкобронированной техники и 2 противотанковых орудия. Из этого списка следует исключить два «Кромвеля» эскадрона «А», официально записанные на счет Курта Сова. Часть легкобронированной техники была уничтожена «Тигром» №231 и танком Брандта. Так что по подбитым танкам счет танкового аса завышен, по меньшей мере, вдвое.

Все это не умаляет смелости и решительности, проявленных им в сражении за Вильер-Бокаж, но заставляет задуматься, насколько соответствуют действительности личные счета возвращенных германской пропагандой «тузов» и не следует ли их для объективности делить хотя бы на два.

Черезмерно завышена роль Виттмана и в срыве планов Монтгомери по захвату Кана. Конечным пунктом операции «Восхождение» (так в британских документах именуется прорыв 7-й бронетанковой дивизии) был не Кан, а доминирующие высоты у Вильер-Бокаж и Мезонсель Пельвей. 22-й и 131-й бригадам 7-й бронетанковой дивизии предписано было образовать здесь опорные пункты, вынуждая противника оттягивать силы с фронта для их изоляции. Это должно было способствовать успеху фронтального наступления 50-й пехотной дивизии в районе Тилли-сюр-Селль. Только после этого войска с плацдармов на высотах должны были начать наступление на Эвреси и Кан. Фактически, даже отведя войска на промежуточную позицию у Амей-сюр-Селль (в штабных документах она именуется «позиция «Остров»»), 22-я бронетанковая бригада, пусть и частично, но выполнила поставленную задачу. Бригадир Хинд считал, что при должной артиллерийской поддержке он способен успешно удерживать позицию «Остров» длительное время. Однако необходимости в этом уже не было. 50-я пехотная дивизия не смогла прорвать фронт Учебной танковой дивизии. Немцы все еще были доминирующей силой Западного фронта.

Известный историк и автор нескольких книг о боевом применении «Тигров» Вольфганг Шнайдер считает, что идея сделать из Виттмана спасителя 1-го танкового корпуса СС принадлежит командиру корпуса обер-группенфюреру СС «Зеппу» Дитриху. Мечами к Рыцарскому Кресту нельзя наградить только лишь за подбитые танки. Кандидат на награждение должен был своими действиями серьезно повлиять на исход битвы.

Например, спасти от разгрома танковый корпус. Но очевидно, что у Дитриха была еще, как минимум, одна веская причина героизировать

Виттмана. Первое боевое применение танков «Тигр» в Нормандии носило весьма сумбурный характер. Хотя определенный успех был достигнут, 101 ттб дорого заплатил за него. Впервые за свою историю батальон безвозвратно потерял за один день боев 5 танков (как я говорил выше, англичане сожгли танки чтобы их не восстановили. Т-6 Виттмана был восстановлен (т.к. единственный не был сожжен), поэтому безвозвратные потери только 5 Тигров).

Действия командиров рот также вызывали серьезные нарекания. Мебиус, вопреки здравому смыслу, направил танки в город без поддержки пехоты, Виттман, потеряв голову, вообще бросил свою роту и отправился на одиночную охоту. В такой ситуации герой был просто необходим. И лучшей кандидатуры, чем известный ранее ас Михаэль Виттман было не найти.

Союзники вели себя безответственно и показали свою слабую организованность, да и попросту наивно верить, что немцы не прикроют свои фланги. Такого офицеры допускать не должны. Союзники шли по вражеской территории, они должны были быть готовыми к встрече с врагом, особенно не в чистом поле, а в городе, рядом с которым находилась стратегически важная высота. Нацисты потеряли голову и при серьезном превосходстве по мощности ударных частей допустили глупые потери, которых можно было избежать и совершить полный разгром. Они не смогли сохранить голову холодной и пошли в заранее известную засаду, чувствуя себя хозяевами поля боя, ведь мало какие танки союзников могли нанести Тигру серьезный урон, это не Восточный фронт с его особенностями, а тихая Западная Европа. Партизанская война не несла такого массового характера. Нацисты повели себя самоуверенно и недальновидно, за что и поплатились. Если бы они действовали более холодно и точно, разгром союзников был бы практически безнаказанным. В свою очередь, союзники при более ответственном подходе могли нанести немцам куда более серьезный ущерб, а то и уничтожить целого Михаэля Виттмана, ведь он ушел пешком из города занятого британскими войсками практически без труда!

Все выше приведённые аспекты рекомендуется применять для проведения практических занятий по военной дисциплине «Тактика» и семинарских занятиях по Военной истории для недопущения подобных ошибок и ознакомления будущих офицеров с тем, к чему может привести слабая организация или самоуверенность, даже в кажущейся идеальной ситуации.

Теоретические выводы и практические рекомендации, обоснованные в работе, могут быть использованы при преподавании курса конституционного права России в юридических вузах, в ходе проведения специальных семинаров для работников кадровых органов и служб.

### **Список литературы:**

1. Барятинский М. Танковые асы Гитлера. – М.: Коллекция, Яуза, Эксмо, 2010. – 320с. – (Великая Отечественная. Танки в бою). – 6000 экз. – ISBN 978-5-699-41248-8.
2. Барятинский М., М. Дмитриев. Танки Второй мировой. Вермахт. – 2000. – 60с. – Москва.
3. Лобанов А. Танковые войска Гитлера. Первая энциклопедия Панцерваффе. – 2010. – 560с. – ISBN 978-5-699-39768-6.
4. Лануа де Ф., Ж. Шарита. Немецкие танковый войска. АСТ. – 2005. – 288с. – ISBN: 5-17-028083-1.
5. Музальков Е., Е. Хитряк, Y. Jouault. Виттман против «крыс пустыни». – 2011. – 80с. – (М-Хобби №1 / 2011). – 10000 экз.
6. Рестен Ж. Танки Второй мировой войны. 1939-1945. Энциклопедия. –2013. – 184с. – ISBN978-5-17-081002-4, 978-2-91523947-8.
7. Чемберлен П. К.Элис. Британские и американские танки Второй мировой войны. М.: АСТ-Астрель, 2003. – 225с. – ISBN: 5-17-018562-6.

## **БИТВА ЗА КАН. РУИНЫ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ВАЖНОСТИ**

*Данилин Дмитрий Андреевич*

*студент Пензенского государственного университета, факультета ВТ,  
РФ, г. Пенза*

*Кошелева Алла Игоревна*

*научный руководитель, доц. Пензенского государственного университета,  
кандидат исторических наук кафедры «История отечества государства  
и права»,  
РФ, г. Пенза*

Одним из значимых событий Второй мировой войны было открытие Второго фронта союзными войсками. Данная компания включала в себя множество битв и сражений, так и оставшихся освященными в недостаточной степени историками. Однако это не умаляет их интересность с точки зрения изучения тактики и стратегии армейских подразделений, а также оценки влияния множества косвенных факторов на исход крупных военных операций. Именно одному из таких сражений посвящена данная статья, целью которой является не только рассмотрение предпосылок, сил сторон и хронологии битвы, но и оценка ее результатов, факторов, повлиявших на исход оной.

Это сражение, длившееся с 6 июня по 6 августа 1944 года, носит название «Битва за Кан». Данная военная операция проходила в рамках высадки союзников в Нормандии (т.н. операция «Оверлорд») и относилась к начальному этапу операции «Нептун» (т.н. «День Д») [3, с. 192]. Цель союзных войск в данной серии сражений заключалась в захвате города Кан, являвшегося не только крупным транспортным узлом, позволявшим быстро перебрасывать войска в разных направлениях, но и обладавшего окрестностями, идеально подходившими для возведения аэродрома. В силу тех же причин Кан был жизненно важным объектом обороны и для Третьего Рейха.

Силы войск союзников были представлены 3-я бронетанковыми и 11-ю пехотными дивизиями, 5-ю бронетанковыми и 3-я танковыми бригадами. Это были хорошо подготовленные солдаты, прошедшие многочисленные тренировки и учения, воссоздававшие условия предстоящей



операции. Командование операцией осуществлялось британским фельдмаршалом Бернардом Монтгомери и британским генералом Майлзом Демпси.

Со стороны же Третьего Рейха выступали 7 пехотных дивизий, 8 бронетанковых дивизий и 3 тяжелых танковых корпуса. Данные воинские формирования состояли в основном из солдат низкого уровня подготовленности и состояния здоровья, а также из призывников, рекрутированных на захваченных территориях (в т.ч. СССР). Командовали войсками генерал-фельдмаршал Эрвин Роммель, генерал-полковник Фридрих Дольман, генерал-лейтенант Пауль Хаусер, генерал-полковник СС Йозеф Дитрих и генерал Лео Швепенбург.

Выше изложенная информация может привести к выводу о превосходстве союзных войск над вермахтом, однако на стороне немецких войск была не только более совершенная военная техника (танк PzVI «Тигр» со своим орудием 8.8см KwK 36 с легкостью мог противостоять любому танку союзников) [1, с. 225], но и целая сеть оборонительных сооружений, установленных по всему побережью по приказу генерала-фельдмаршала Эрвина Ромеля, являвшегося на тот момент генеральным инспектором прибрежных укреплений и командующим группой армий «В» [2, с. 238 ].

Началом операции по захвату Кана можно по праву считать высадку бойцов 6-й британской воздушно-десантной дивизии в ночь с 5 на 6 июня в тылу немецких войск. Основными целями бригад дивизии были захваты мостов через Канский канал и реку Орн, которые были захвачены с малыми потерями в течение часа после высадки (потери были сравнимы с потерями при жестких посадках планеров, доставлявших солдат 5-й бригады). После захвата мостов, солдаты 6-й десантной дивизии удерживали их еще сутки, до того, как их не сменили силы 3-й пехотной дивизии, высадившиеся с моря. Захват этих мостов послужил хорошим подспорьем для дальнейшего наступления.

Продвижение морского десанта началось рано утром после предварительного авианалета союзников на позиции береговой артиллерии и обстрела корабельной артиллерией берега. В высадке на данном участке

фронта (т.н. пляж «Сорд») участвовала 3-я британская пехотная дивизия. Не встретив хоть какого-то серьезного сопротивления, союзники прорвали основную линию обороны уже через час после высадки, к 13:00 6 июня войска соединились с силами 6-й воздушно-десантной дивизии, удерживающими ранее захваченные мосты и ключевые высоты, а к концу дня, отбросив на исходные позиции пытавшуюся контратаковать 21-ю танковую дивизию Вермахта, и вовсе заняли прибрежную полосу шириной 8 км.

Однако, несмотря на такие результаты, британские войска так и не смогли выполнить задачу, поставленную непосредственно фельдмаршалом Монтомгери – захватить Кан, ибо немецкие войска прекрасно понимали стратегическую значимость города и отчаянно обороняли его. К тому же, немалую роль сыграли и заторы на побережье, вызванные большим скоплением людей, которые не позволили силам 3-й дивизии оперативно продвинуться к Кану.

В последствии, было проведено еще около 8 крупных и порядка 10 мелких операций, направленных на захват города. Наиболее значимыми из них можно считать операции «Перч», «Эпсом», «Чарнвуд», «Гудвуд» и «Атлантик».

Операция «Перч» стала второй попыткой взятия города. Целью операции был обход Кана с Запада и Востока, и взятия в клешни немецкого гарнизона. Выполнение задачи легло на плечи 1-го и 30-го корпусов 51-й пехотной дивизии и 7-й бронетанковой дивизии. Первый корпус должен был продвигаться на юг к коммуне Каньи, расположенной в 10 км от Кана, тридцатый корпус должен был двигаться западнее Кана, целью 7-й бронетанковой дивизии была гора Пинсон. Несмотря на все попытки прорыва, 1-й корпус был остановлен силами немецкой танковой учебной дивизии и частями 12-й танковой дивизии СС «Гитлерюгенд». 30-й же корпус был на несколько дней остановлен из-за борьбы за город Тий-сюр-Сель, и лишь силам 7-й дивизии удалось прорваться через брешь в линии обороны немцев близ коммуны Виллер-Бокаж и начать бой за нее, чтобы зайти во фланг учебной танковой дивизии “Panzer-Lehr-Division” (значительную роль в успехе

британцев сыграла поддержка американских войск, сломивших сопротивление немцев на правом фланге 30-го корпуса). Однако, несмотря на окружение Виллер-Бокажа после двух дней боев, силы 7-й бронетанковой дивизии были вынуждены отступить для поддержки 33-й бронетанковой бригады, однако вскоре покинуть позиции пришлось и войскам вермахта. Результатом операции стало взятие города Тий-сюр-Сель. Несмотря на все попытки продолжить наступление, дальнейшее продвижение было невозможно, ведь ухудшение погодных условий парализовало на несколько дней не только движение кораблей с провизией и войсками через Ла-Манш, но и работу авиации. Этим и воспользовались немцы, продолжив укреплять свою оборону.

Операция «Эпсом» (т.н. первая битва за Одон) длилась с 26 по 30 июня и была направлена не только на дальнейшее продвижение войск союзников, но и на ввязывание в борьбу резервных сил противника. Основной целью операции был переход реки Одон и захват высоты близ Бретвиль-сюр-Лез к югу от Кана. При планировании операции предполагалась не только организация вспомогательной операции (т.н. операция «Мартлет»), обеспечившей бы тактическое преимущество союзным войскам, но и масштабная поддержка артиллерии (около 800 орудий), сил флота и авиации. Однако плохие погодные условия в первые дни операции не позволили реализовать себя ВВС Британии, что не могло не повлиять на ход операции и потери обеих сторон. Несмотря на это, за 5 дней наступления союзные войска смогли выйти к реке Одон и захватить часть плацдарма между реками Одон и Орн. Но что более важно, в ходе этой операции немецкими войска были вынуждены задействовать свои последние резервы, которые были истрепаны как пехотными и танковыми соединениями, так и нараставшими из-за улучшения погодных условий налетами авиации. И хотя потери сторон были близки, урон, полученный армией вермахта был больше – они больше не имели резервов на этом направлении и вынуждены были привлечь все свои резервы (в т.ч. только что прибывшие 1-й и 2-й танковые корпуса СС), а также раздробить свои силы для обороны на широком участке фронта.

Главной целью операции «Чарнвуд» был захват хотя бы части города Кан, являвшегося одним из ключевых объектов в регионе, кроме того операция носила отвлекающий характер и была направлена на отвлечение войск Третьего Рейха от американского участка фронта, на котором планировался прорыв. Операция длилась с 8-е по 9-е июля. Наступление проводилось на широком фронте (расширение сектора атаки было сделано целенаправленно для вынуждения немецких сил рассредоточиться) канадскими и британскими войсками, среди которых были 1-й британский корпус, 3-я канадская и британские пехотные дивизии, а также 59-я британская пехотная дивизия. Им противостояли силы 12-й танковой дивизии СС «Гитлерюгенд» а также недавно прибывшей и не имевшей боевого опыта 16-й дивизии люфтваффе. Для более удачного наступления были проведены серии авиаударов и артподготовок: за день до начала операции на Кан было сброшено более 2000 тонн бомб, было уничтожено по разным данным от 70 до 80 процентов построек в городе. В ходе первого дня боев силами британских пехотных дивизий при поддержке танков и артиллерии были захвачены и зачищены деревни в предместье Кана, войска союзников подошли к окраинам города. В течение следующего дня союзники полностью заняли северную часть города, заставив отступить за реку Орн оборонявшие ее остатки сил вермахта. Кроме того, в ходе наступления был захвачен аэродром в Карпике. Однако дальнейшее продвижение было невозможно – отошедшие немецкие силы лишь усилили оборону за Орном и продолжали удерживать две господствующие над городом высоты на юге. Кроме того, затрудняло продвижение и почти полное разрушение старого города бомбардировками. Также, не удалось и сорвать переброску сил на американское направление.

Последней и успешной попыткой взятия Кана было проведение операций «Гудвуд» и «Атлантик». Сразу после установления контроля над северной частью города, силами союзников были организованы работы по разминированию и расчистке завалов, в город направились гуманитарные конвои. Однако, несмотря на это, южная часть Кана все еще оставалась в руках

Третьего Рейха, и силы немецкой армии во главе с Э.Роммелем и Г.Эбербахом не теряя времени укрепляли позиции на возвышенностях Верьер и Бургбюс, стягивая туда все танковые резервы, отправив на американское направление фронта лишь части 2-й и учебной танковых дивизий. Атаки на немецкие позиции были начаты 18 июля, сразу после захвата Сен-Ло 1-й армией США, силами 2-й британской армии, в рядах которых насчитывалось около 1200 танков (данную операцию принято считать крупнейшим танковым сражением в британской военной истории), после предварительного авианалета 1056 тяжелых бомбардировщиков. Несмотря на значительную поддержку авиации, британцы не смогли сходу взять высоты, встретив сильное сопротивление как на направлении Бургбюса (1-й и 8-й корпуса армии), так и на направлении Верьера (2-й корпус генерала Гая Симондса). И лишь только к 8 августа, ценою огромных потерь, Кан был взят союзными войсками.

Все вышесказанное не оставляет никаких сомнений в важности Кана как стратегического объекта. Однако, анализируя все сражения на данном участке фронта, можно прийти к выводу о том, что обе стороны понесли чрезмерные потери и затраты, вызванные разными факторами. Во-первых, немалое влияние на наступление союзников оказали периодически-плохие погодные условия, не позволившие в полной мере применять силы авиации, а также в достаточной мере обеспечивать войска необходимыми ресурсами и подкреплениями. Осложнял продвижение сил союзников и рельеф местности, представлявший собой большие открытые участки, изобиловавшие зелеными насаждениями - бокажами. Эта особенность была неплохим подспорьем для ведения обороны и, наоборот, сильно снижала эффективность наступления. Замедлили общий темп наступлений и заторы на побережье 6 июня. Однако и немецкая оборона была значительно подорвана. Прежде всего это было вызвано нехваткой ресурсов (пример - ситуация в «День Д», когда на некоторые участки побережья было доставлено не вовремя и недостаточно боеприпасов) и сил, о чем свидетельствуют как переброски войск с восточного фронта, так и применение малоэффективных, необученных соединений. Не стоит забывать и о том, что

немецкие радиogramмы перехватывались и расшифровывались с помощью, выкраденной «Энигмы» союзниками, и многие планы вермахта заведомо раскрывались [4, с. 159]. Не стоит забывать и о численном перевесе сил союзных войск. Говоря об общей эффективности действий сторон, сложно прийти к однозначному выводу. И обосновывается это тем, что сложно определить истинную цель некоторых атак на Кан и его предместья (захватить местность или заставить противника вовлечь в сражение резервы), что часть действий британских войск часто расходилась с планами операций и т.д. Как бы то ни было, обе стороны отдали слишком большую цену за Кан.

### **Список литературы:**

1. Барятинский М. Все танки Второй Мировой. – М.: Коллекция, Яуза, Эксмо, 2011. – 704с. – (Бестселлеры М. Барятинского). – 3000 экз. – ISBN 978-5-699-52998-8.
2. Л. Кох Л. Лис пустыни. Генерал-фельдмаршал Эрвин Роммель. – Ростов на Дону: Феникс, 1999 – 384с. – (След в истории). – 10000 экз. – ISBN 5-222-00773-1.
3. Хастингс. М. Операция «Оверлорд». Как был открыт второй фронт. – М.: Прогресс, 1989 – 472с. - (Отдельное издание). – 50000 экз. – ISBN 5-01-001643-5.
4. Уинтерботэм Ф. Операция «Ультра». – М.: Воениздат, 1978 – 224с. – (Отдельное издание). – 50000 экз. – ББК 63.3(0)62.

## СЕКЦИЯ 2. ПОЛИТОЛОГИЯ

### ОПТИМИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО СОЛИДАРНОГО ОБЩЕСТВА

*Лавриненко Ирина Владимировна*

*магистрант, кафедра культурологии и политологии, НИУ «БелГУ»,  
РФ, г. Белгород*

*Кривец Алла Павловна*

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц., кафедра культурологии  
и политологии, НИУ «БелГУ»,  
РФ, г. Белгород*

Курс социально-экономического развития области, вокруг которого должны консолидироваться власть и общество, можно считать новой «региональной идеологией» - это совокупность системно упорядоченных взглядов, отражающих интересы власти, элит и населения, выраженная в целевых показателях экономической, хозяйственной и социальной жизни региона. По результатам исследования Института общественного проектирования и журнала «Эксперт» [2] представители региональной политической элиты не до конца понимают концепцию «солидарного общества», воспринимая идеологию в большей мере на понятийном уровне. Автор Концепции также не дает точного определения, формулируя сущность данной идеи как: «Солидарное общество в понимании белгородцев – это сплоченное общество, объединенное общими позитивными целями, активной созидательной деятельностью на благо региона и Отечества ... Солидарное общество является полным противопоставлением и достойной альтернативой обществу потребления. В нем человек не потребитель, не сторонний созерцатель и не объект, он созидатель, строитель, активный субъект общественной жизни» [6]. Как было отмечено ранее, население Белгородской области не знает и не понимает что же такое региональное солидарное

общество [8]. Исходя из вышесказанного, необходимо, на наш взгляд, адаптировать и оптимизировать Концепцию в региональную социально-политическую среду и определить сущностное содержание понятий «региональное солидарное общество» и «Белгородское региональное солидарное общество».

На наш взгляд, региональное солидарное общество можно определить, как особую форму социально-экономических отношений региона, имеющую духовно-нравственную основу, основной целью которой является установление региональной идентичности. А Белгородское региональное солидарное общество можно определить как региональную форму идентичности, базирующуюся на традиционных морально-нравственных основах, исторической преемственности и специфических формах экономико-хозяйственных отношений, характерных для региона.

Для оптимизации и адаптации Концепции в современной региональной среде, на наш взгляд, необходимо решить ряд ключевых задач.

Во-первых, необходимо проанализировать информационное обеспечение Концепции. Результаты опроса показывают [8] что население Белгородской области мало информировано о реализуемой концепции. Согласно приложению к Стратегии «Формирования регионального солидарного общества» на 2011 - 2025 годы [3], широкое информирование населения предполагается по вопросам укрепления института семьи и семейных отношений как основы формирования солидарного общества. Однако большая часть мероприятий направлена на многодетные семьи, составляющие 6, 5% от общего числа семей для всех территорий РФ [6]. Остальной массив семей остается не охваченным. К неоспоримым недостаткам также относится отсутствие прямых контактов на уровне исполнителей мероприятий Концепции с крупными СМИ региона. Также предполагается широкое информирование таких групп населения, как молодежь и дети через образовательные учреждения, родительские объединения, общественные организации. Однако для данных групп населения наибольшее значение имеет получение информации из сети Интернет.



По данным ВЦИОМ [1], доля пользователей сети среди граждан России 18–24 лет составляет 96%, что является абсолютным большинством. Из этого следует, что информационное воздействие на молодежь малоэффективно без использования ресурса Интернет.

Следует отметить, что ресурс Интернет не заявлен в качестве возможного источника популяризации Концепции. Остаются неохваченными такие категории граждан, как взрослые (35–60 лет), работающая молодежь (25–35 лет), а также семьи, не являющиеся многодетными. Не включение данных категорий граждан в поле информационно-просветительской деятельности существенно тормозит развитие и реализацию Концепции.

Исследуя информационное обеспечение Концепции, следует отметить, что в рамках обеспечения духовной безопасности общества и противодействия экстремизму предпочтение отдается общественным организациям (например, Общероссийская общественная организация Общество «Знание» России») [4] и органам исполнительной власти, но не используется потенциал религиозных организаций, традиционно действующих на территории Белгородской области. На наш взгляд, сотрудничество светских властей и традиционных религиозных организаций позволит наиболее полно и качественно доносить информацию до населения области, а также позволит повысить имидж как общественных, так и религиозных организаций за счет грамотно выстроенных технологий PR.

Также негативно оцениваемым является отсутствие в открытом доступе данных исследований и мониторинга, касающихся Концепции, а также отсутствие в самой Концепции механизмов глубинных исследований проблем, существующих в Белгородской области.

Во-вторых, для более полного анализа Концепции следует рассмотреть следующие линии взаимодействия: власть – общество, власть – бизнес, власть – семья, бизнес – семья, бизнес – общество, общество – семья.

Наиболее полно в приложении к Стратегии «Формирования регионального солидарного общества» на 2011–2025 годы проработаны механизмы взаимодействия власти и общества, власти и семьи, общества и семьи, а также

механизмы улучшения внутрисемейных отношений. Существует четкий, понятный, логически выстроенный план мероприятий, направленный на солидаризацию групп населения по данным направлениям.

Механизмы взаимодействия власти и общества наиболее полно представлены в плоскости развития взаимодействия с органами местного самоуправления муниципальных образований области в качестве объекта воздействия по линии укрепления доверия между властью и населением. Отдельно выделено направление развития межмуниципального сотрудничества, в рамках которого ожидается развитие институциональной основы межмуниципального сотрудничества, укрепление связей между муниципальными образованиями. Так же планируется снижение издержек при преодолении административных барьеров по средствам совершенствования системы оказания государственных и муниципальных услуг населению.

На наш взгляд, для улучшения линии взаимодействия власть – общество следует включить специальные мероприятия для следующих категорий граждан: взрослое население, работающая молодежь, семьи, не являющиеся многодетными. Необходимо провести комплексное исследование данных групп населения для выявления наиболее острых проблем в каждой социальной группе, а также для разделения данных групп на целевые подгруппы. Разделение больших социальных групп на более мелкие подгруппы необходимо для разработки адресных мер воздействия и установления более тесных контактов с данными социальными группами. Конечной целью в стратегической перспективе будет являться более доверительное отношение к власти со стороны общества, что благотворно влияет на социально-экономическую и политическую стабильность в регионе.

Линия взаимодействия власть – семья представлена многоаспектно. Семья, как элемент общества, представлена и в категории «общество», но также выступает как самостоятельный объект. Например, проведение мероприятий, утверждающих семейные ценности и традиции по средствам проведения мероприятий:

1. областная акция «Крепка семья - крепка Россия» с проведением конкурсов в номинациях: «Лучшая семья года», «Лучшая мама года», «Лучший папа года», «Лучшая бабушка года», «Лучший дедушка года»;

2. проведение регионального этапа Всероссийского фотоконкурса «Семейный альбом»;

3. организация работы кризисного центра «Милосердие» и др.

Комплекс мер поддержки семьи должен включать такую категорию, как семьи, не являющиеся многодетными. Именно такие семьи составляют основную массу населения Белгородской области. Следует учитывать, что повышенное внимание к многодетным семьям без учета интересов остальных типов семей способствует формированию негативного образа многодетности в массовом сознании жителей региона, что является крайне нежелательным. Ведь семья – это и базовый элемент общества, и важнейшая общественная ценность, и часть общей культуры, и основной институт воспроизводства населения.

Взаимодействие по линии общества и семьи представлено такими направлениями, как возрождение и популяризация объединяющих славянские народы культурных традиций, патриотическое и гражданское воспитание и просвещение населения области, формирующие представление о наличии общих интересов жителей Белгородчины, укрепление взаимного доверия между гражданами на основе обеспечения безопасности, противодействия экстремизму и ксенофобии, организация конструктивного политического диалога на основе общих для региона целей между политическими партиями, общественными и иными некоммерческими организациями, возрождение и развитие системы просветительства, духовно-нравственного и морально-политического воспитания, формирующей уважительное отношение к согражданам и др. На наш взгляд данное направление описано исчерпывающе, наиболее полно и не требует мер дополнительного влияния.

Такая линия взаимодействия, как власть – бизнес представлена обобщенным стимулированием развития инновационного и интеллектуального потенциала региона, а также развитием и пропагандой меценатства.

Линии взаимодействия бизнес – семья и бизнес – общество представлены крайне фрагментарно, что делает невозможным детальный анализ этих направлений. Можно сделать вывод о том, что бизнес, в восприятии руководства Белгородской области, не является равноправным партнером, хотя в Концепции декларируется обратное. На наш взгляд, наиболее продуктивным стало бы включение в Концепцию принципа социального партнерства. Социальное партнерство – это система цивилизованных общественных отношений, обеспечивающая согласование и защиту интересов работников, работодателей, предпринимателей, различных социальных групп, слоев, их общественных объединений, органов государственной власти, местного самоуправления на основе договоров, соглашений, достижения консенсуса по важнейшим направлениям социально-экономического и политического развития [7]. Анализируя Концепцию, следует подробно остановиться на роли медиаторов (посредников). Роль медиаторов в обществе – осуществление посреднических функций между обществом и государством, с целью их более эффективного взаимодействия. Исходя из Программы «Формирования регионального солидарного общества», к медиаторам можно отнести: НКО, общественные организации, профсоюзы и партии.

Общественные организации включены в Концепцию в качестве исполнителей. Например, в осуществлении акций, стимулирующих интерес молодежи к истории и культуре, в проведении мероприятий, направленных на сохранение исторической памяти и преемственности поколений. Организации, осуществляющие узконаправленную деятельность (например, защита интересов детей-инвалидов), включены в качестве исполнителей во все проекты, в которых фигурируют профильные им группы населения. Совместно с органами исполнительной власти, чаще всего осуществляют работу с молодежью, детьми и пенсионерами.

НКО и общественные организации включены в Концепцию в качестве объекта воздействия в сфере развития и консолидации институтов гражданского общества и обеспечения гражданского участия в жизни региона. Целью является развитие некоммерческого сектора по средствам создания единого реестра социально ориентированных некоммерческих организаций – получателей государственной поддержки и создания объединения сельхоз производителей в рамках программы «Семейные фермы Белогорья». На наш взгляд, такой подход является поверхностным и не отвечает поставленным задачам. Не используется весь возможный потенциал работы НКО.

Профсоюзы включены в Концепцию в качестве исполнителей. Они должны способствовать увеличению доверия между властью и обществом через систему распространения правовых знаний в СМИ. Должны способствовать развитию партнерства государства и общества на основе совершенствования системы оказания государственных и муниципальных услуг через подготовку отраслевых Кодексов профессиональной этики. Утверждение принципов социальной защищенности, поддержки и ответственности как оснований достижения общественного согласия должно стать приоритетным направлением деятельности профсоюзов и их объединений. Для достижения данных принципов предполагается содействие в привлечении бизнес сообщества в переговорный процесс по заключению отраслевых соглашений с целью обеспечения социальных гарантий работающим. Деятельность профсоюзов, как медиаторов, раскрыта наиболее полно и содержательно.

Политические партии включены в Концепцию в качестве объекта воздействия в рамках организации конструктивного политического диалога на основе общих для региона целей между политическими партиями, общественными и иными некоммерческими организациями посредством создания «Центра взаимодействия политических партий и общественных организаций» Белгородской области («Дом политических партий и общественных организаций»), с помощью проведения регулярных встреч между

представителями политических партий и представителями власти по вопросам обеспечения политического и гражданского согласия и стабильности в Белгородской области. Однако, заявленный в Концепции проект учреждения «Центра взаимодействия политических партий и общественных организаций» на данный момент не реализован. Политические партии, как институционализированное выражение интересов групп населения могут быть использованы с большей эффективностью. На базе политических партий возможен более качественный сбор информации о проблемах округа, территориального образования, района.

Таким образом, можно сделать вывод о том, какие меры приведут к оптимизации и адаптации Концепции в региональной среде:

1. Включить в Концепцию сеть Интернет в качестве источника распространения информации – создать единый сайт с удобным интерфейсом, на котором будет размещена вся информация, касающаяся Концепции. Использовать социальные сети для распространения информации о Концепции, а также сайты молодежных организаций Белгородской области.

2. Включить в концепцию конкретные региональные СМИ в качестве источника распространения информации: обеспечить регулярное информирование населения, визуализировать логотип регионального солидарного общества через наружную рекламу. Необходимо внедрить через информационную среду региона короткий и емкий слоган, отражающий суть регионального солидарного общества, его специфику. Усилить количественный и качественный объем информации, касающийся реализации Концепции, обеспечить доступ к информации о проводимых в регионе исследованиях, касающихся солидарного общества.

3. Включить в Концепцию следующие целевые группы: как взрослые (35-60 лет), работающая молодежь (25–35 лет), семьи, не являющиеся многодетными, для более продуктивного взаимодействия власти и общества.

4. Включить в Концепцию традиционные религиозные организации по вопросам их компетенции для установления наиболее комфортной для общества морально-нравственной региональной среды.

5. Включить в Концепцию Белгородскую торгово-промышленную палату в качестве равноправного партнера для консолидации бизнес-групп, участвующих в реализации Концепции.

6. Наиболее полно использовать потенциал и ресурсы политических партий, НКО и общественных организаций как медиаторов между властью и обществом.

На наш взгляд, данные меры позволят повысить эффективность концепции регионального солидарного общества, информированность населения, а также позволят уточнить и конкретизировать смысловое содержание понятия «солидарное общество».

#### **Список литературы:**

1. Количество пользователей интернета в России – [Электронный ресурс]. URL: [http://www.bizhit.ru/index/users\\_count/0-151](http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151) (дата обращения: 01. 06.2015).
2. Консолидация элит — фундамент успешного развития. Эксперт Online. – [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/expert/2015/25/konsolidatsiya-elit-fundament-uspeshnogo-razvitiya/> (Дата обращения: 16. 06.2015).
3. Концепция программы «Формирование регионального солидарного общества» – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.solidarnost31.ru/solidarnost/?q==node/1> (Дата обращения: 20.02.2014).
4. Общероссийская общественная организация Общество «Знание» России – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.znanie.org/> (дата обращения: 01. 06.2015).
5. Русская линия – [Электронный ресурс]. URL: <http://rusk.ru/newsdata.php?idar=42911> (Дата обращения: 09. 05.2015).
6. Сайт Губернатора Белгородской области Евгения Степановича Савченко – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.savchenko.ru/> (дата обращения: 12.11.2013).
7. Центр управления финансами – [Электронный ресурс]. URL: <http://center-yf.ru/data/ip/Socialnoe-partnerstvo.php> (Дата обращения: 02. 06.2015).
8. LiveJournal, Inc. – [Электронный ресурс]. URL: <http://fonartv.livejournal.com/4693.html> (Дата обращения: 09. 04.2015).

## СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

*Пудеян Тамара Васильевна*

*магистрант ИФЖиМКК Южного федерального университета,  
РФ, г. Ростов-на-Дону*

*Гущина Людмила Викторовна*

*научный руководитель, доц. ИФЖиМКК Южного федерального университета,  
РФ, г. Ростов-на-Дону*

В последнее время все чаще можно услышать такие понятия как «информационная война», «информационно-психологическая война», «информационная атака», «дезинформация», «психологическая война», «информационное давление».

Профессор И. Панарин, декан факультета «Международные отношения» Дипломатической академии МИД России посвятил 14 книг теме информационной войны, в которых он рассказывает о специфике ведения информационных войн в России и других странах, а также о способах им противостоять.

Многие россияне убеждены, что информационная война ведется особенно активно по отношению к России, можно даже сказать, что Запад и Европа «дружат вместе» против нашей страны. С помощью санкций, искусственно созданного экономического кризиса и обвала цен на нефть западные и европейские политики хотят поставить Россию и ее лидера на колени, а с помощью продолжающейся не одно десятилетие информационной войны задушить окончательно.

Так, 28 марта пресс-секретарь Президента РФ Дмитрий Песков выступил с заявлением о том, что в ближайшее время Россия подвергнется очередной информационной атаке со стороны иностранных СМИ. По словам пресс-секретаря активно ведется информационная кампания, связанная с «попытками раскачать обстановку в стране, дискредитировать руководство страны, в первую очередь президента», и таким образом «оказать влияние и на ситуацию в стране, и на ход избирательного процесса».



Издание Bloomberg моментально откликнулось на данное заявление. В тот же день была опубликована статья с заголовком “Putin Faces ‘Information Attack’ on Wealth, Friends, Russia Says”, в которой заявления Пескова считают «забавными»: “Other “amusing” requests include whether Putin has more than \$40 billion and if he owns yachts, Peskov said” [1].

Налицо самая что ни на есть информационная война! Песков призывает россиян не реагировать на готовящиеся «грязные заявления» о лидере, не верить готовящимся провокациям. Иностраные СМИ в свою очередь высмеивают сообщение российского пресс-секретаря.

В тот же день был опубликован рейтинг недружелюбия к России, подготовленный экспертами Российского института стратегических исследований (РИСИ). В «рейтинге недружелюбия» расположились СМИ Чехии, Польши, Германии, Украины, США, а также Австрии, Японии, Швеции, Эстонии, Швейцарии и Великобритании. При этом авторы доклада выделили известные издания, которые дали наиболее высокие показатели «индекса агрессивности» к России. В Великобритании это – The Financial Times, The Guardian и BBC, в США – The Wall Street Journal, The New York Times и The Washington Post.

В докладе также сообщается, что западные СМИ ведут против России информационную войну, наибольшую активность проявляют США. Авторы доклада отмечают, что было проанализировано более 70 тыс. СМИ со всего мира, писавших о России в период украинского кризиса. Главный вывод авторов доклада – «никогда еще информационная опасность для России не была так высока».

Комментируя данные исследования, заместитель директора РИСИ Г. Тищенко отметил, что «информационная война приобрела новые формы и обострилась». Он напомнил, что многие западные правительства публикуют доклады, в которых Россия объявляется главной внешнеполитической угрозой, на повестке дня администрации президента США регулярно стоит негативная

оценка действий России, а блок НАТО продолжает поддерживать стратегию нагнетания военной напряженности [2].

Несколькими днями ранее, а именно 16 числа, в Сенат США республиканцем Р. Портманом и демократом К. Мёрфи был внесен законопроект о борьбе с дезинформацией и пропагандой. Во втором разделе законопроекта, краткое название которого «Закон о противодействии информационной войне», по пунктам расписана позиция Конгресса, которая заключается в том, что правительство РФ использует «дезинформацию и другие методы пропаганды для подрыва целей и задач национальной безопасности Соединенных Штатов и ключевых союзников и партнеров», «ведет сложные и широкомасштабные дезинформационные кампании», «за последнее десятилетие использование дезинформации стало ключевой характеристикой преследования Российской Федерацией своих политических, экономических и военных целей в Украине, Молдове, Грузии, на Балканах и в странах Центральной и Восточной Европы» [3].

На самом деле уже не один десяток лет американцев воспитывают с мыслью о том, что любая российская инициатива носит антидемократический характер. Интернет-портал gazeta.ru сообщает, что половина американцев считает, что Россия представляет собой важнейшую угрозу для США. Москву считают также главным врагом Вашингтона, а личная популярность Владимира Путина в Америке еще ниже, чем страны в целом [4].

Личные связи позволили узнать у моей университетской подруги, которая живет в США уже 10 лет, что пишут местные издания о России в целом и о Путине в частности. Ответ ее был немного шокирующим. Оказалось, что пишут много и плохо на протяжении уже многих лет, в связи с чем у населения Америки сложилось четкое мнение, что Путин «диктатор», он виноват в распространении ИГИЛ, он стоит за терактами, а также спонсирует войну на Донбассе.

В доказательство своих слов только от 28 марта она прислала большое количество статей, в которых Россию называют агрессором: Moscow's support

for separatist rebels in eastern Ukraine; pro-Russian rebels; pro-Moscow separatists, rebels backed by Russia; “Western powers also say they have satellite images, videos and other evidence to show Russia is providing weapons to the rebels and that Moscow has troops engaged in the conflict that erupted following Russia’s annexation of Ukraine’s Crimea in 2014”; “Russia denies such accusations; “We must not forget that this was an incursion into the sovereign of Ukraine, Russia annexed Crimea illegally in international law”; “Russia is the aggressor in this conflict”; “Russia ignores the norms of international conduct and breaks the rules of the international system. That represents a challenge and a threat to all of us” [5].

На мой рассказ о заявлении Пескова она написала, что в журнале Time уже 28 марта появилась статья под заголовком “A blow to the head. The mysterious death of Russian mogul could lead back to Putin’s court”, в которой авторы статьи явно намекают на причастность Путина к смерти М. Лесина, экс-министра печати и бывшего главы «Газпром-Медиа», скончавшегося 5 ноября 2015 года в США [6].

Реакцией на заявление Пескова, рейтинг недружелюбия и законопроект о борьбе с дезинформацией и пропагандой в США стала телепередача «Время покажет» на канале ОРТ 30 марта, в которой темой обсуждения экспертов стала информационная война. Так, главный советник-руководитель Группы советников директора РИСИ Владимир Козин считает, что основной целью информационной войны является вызвать комплекс вины у россиян, чтобы легче было манипулировать их умами, чтобы люди плохо относились к руководству, к своей стране, чтобы заменить нынешнего лидера на прозападного, типа Порошенко. По мнению политолога С. Михеева информационная война может быть страшнее настоящей, в результате этой войны распался Советский Союз, а ситуация в сегодняшней Украине тоже результат информационной войны» [7].

С появлением Интернета вести информационные войны стало гораздо легче. Ведь в Интернете миллионы людей и манипулировать их сознанием гораздо проще, потому что невозможно проверить достоверность того

огромного количества информации, которым заполнено Интернет-пространство.

Значимым способом ведения информационных войн становится смешение понятий, когда одно и то же явление обретает различные определения в зависимости от того, какие интересы преследует то или иное сообщение. Так, война на Украине может называться и антитеррористической операцией, и борьбой против сепаратистов. Терминам демократия и либерализм, могут придаваться и позитивные и негативные коннотации. Присоединение Крыма может быть названо либо аннексией, либо волеизъявлением народа. Возникает противоречие между обилием информации и возможностью для человека разобраться в ней [8, с.654].

В качестве примера проведения информационной войны можно привести вооруженный конфликт на Кавказе в августе 2008 года. 14 августа телеканал Евроньюс показал телезрителям европейских стран и России кадры разрушенного Цхинвала после бомбардировок грузинской авиацией. Однако в титрах сообщается, что это город Гори, который якобы уничтожен после бомбардировок России. Наиболее характерный пример информационной войны – подмена фактов. Таких примеров в ходе этого вооруженного конфликта было очень много.

Ярким примером дезинформации является заявление бывшего официального представителя Госдепартамента США Дж. Псаки на брифинге 5 августа 2014 года. Она назвала Астраханскую область пограничной с Украиной и заявила, что «глубоко обеспокоена проведением Россией учений ВВС и ПВО в Астраханской области», назвала их «провокационными» и служащими «лишь для эскалации напряженности на российско-украинской границе» [9].

Итак, главным действующим лицом в информационной войне является информация, причем не всегда правдивая. Это могут быть искаженные факты, недосказанность, замалчивание информации, а иногда даже наглая ложь и открытая провокация.

Инструментами информационной войны являются СМИ: телевидение, радио, Интернет, социальные сети, фильмы, видеоролики, картинки. Они заставляют людей сомневаться, формируют нужное общественное мнение, воспитывают удобную личность, меняют сознание, мировоззрение, нравственность, ценности, культуру, проводят подмену понятий, переписывают историю и даже управляют глобальными политическими, экономическими и стратегическими процессами.

Как сказал господин Михеев: «достаточно было внести разруху в голове населения, чтобы началась гражданская война, кризис, произошла потеря территорий... Информационная война – это крайне страшная вещь».

### **Список литературы:**

1. <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-03-28/putin-faces-information-attack-on-wealth-friends-russia-says> (Дата обращения: 28.03.2016).
2. <http://newdaynews.ru/moskow/561839.html> (Дата обращения: 30.03.2016).
3. <http://rusrand.ru/events/zakon-o-borbe-s-dezinformaciey-ssha> (Дата обращения: 01.04.2016).
4. [http://www.gazeta.ru/politics/2015/02/16\\_a\\_6414605.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/2015/02/16_a_6414605.shtml) (Дата обращение: 31.03.2016).
5. <http://news.yahoo.com> (Дата обращения: 28.03.2016).
6. Simon Shuster. A blow to the head. The mysterious death of Russian mogul could lead back to Putin's court // Time. – March 28, 2016. – P. 50–55.
7. [http://www.1tv.ru/sprojects\\_edition/si5962/fi44841](http://www.1tv.ru/sprojects_edition/si5962/fi44841) (Дата обращения: 31.03.2016).
8. Могилевская Г.И. Информационная война в социальных сетях // Молодой ученый. 2015. №15.
9. <http://ria.ru/spravka/20150219/1048694641.html#ixzz44ayC9LxP> (Дата обращения: 30.03.2016).

## СЕКЦИЯ 3. СОЦИОЛОГИЯ

### ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ ССУЗОВ

*Хайруллина Аделина Рустемовна*  
*студент факультета СПО ЧОУ ВО «Академия социального образования»,*  
*РФ, Республика Татарстан, г. Казань*

*Хадиева Гульнара Мансуровна*  
*научный руководитель, старший преподаватель ЧОУ ВО «Академия*  
*социального образования»,*  
*РФ, Республика Татарстан, г. Казань*

После окончания учебного заведения, будь то институт, колледж или иное учебное заведение молодёжь сталкивается с проблемой трудоустройства по своей специальности.

Согласно данным ВЦИОМ, 61% учащихся колледжей, техникумов, училищ уверены, что не встретят проблем на пути трудоустройства, тогда как студентов вузов, уверенных в трудоустройстве в полтора раз меньше.

На сегодняшний день молодёжь составляет 35% трудоспособного населения России. Стартовые условия для них очень важны, ведь они – будущее нашей страны. При этом молодёжь является уязвимой группой населения [2].

Должны ли выпускники колледжей опасаться, что не найдут работу по специальности, когда как в обществе распространено мнение, что все руководители скорее примут на работу кандидата с высшим образованием?

Конечно, нередки те работодатели, которые хотели бы видеть у себя кандидатов с обязательным опытом работы даже на те вакантные места, на которых свои профессиональные функции прекрасно бы смог выполнить кандидат без высшего образования.

Получается замкнутый круг: на работу берут тех, у кого есть опыт работы, а где его взять, если на работу берут тех, у кого есть опыт работы.

По факту происходит так, что выпускник ссуза может получить работу не имея высшего образования и опыта, если сможет доказать в резюме, на собеседовании, что владеет необходимыми для данной работы навыками. Своего среднего образования стесняться абсолютно не нужно, тем более говорить о нём извиняющимся тоном.

Отдельный вопрос – работа по профилю либо не по профилю. Если многие выпускники вузов не желают работать по специальности, то выпускники у их собратьев из училищ и техникумов подобная непоследовательность в карьере встречается куда реже. Лучше в короткие сроки получить профессию, по которой можно трудиться, чем долго искать работу с дипломом вуза в руках. Если студент ссуза выбрал углубленную подготовку по профессии, соответствующая запись появится впоследствии и в его дипломе [1, с. 392].

В своих предпочтениях вчерашние школьники часто выбирают профессии, звучные по названию, красивые по «обложке», но зачастую низкооплачиваемые, во всяком случае, на первых порах (реклама, менеджмент и т.д.). Есть ряд профессий, где больше вакантных мест, выше уровень заработной платы, но большой «отсев» студентов во время учёбы, сложно учиться (строительство, медицина и т.д.).

Необходимо заметить также ухудшение здоровья молодёжи, профессиональное становление в противоречивое и неоднозначное время в период политических, экономических, духовных изменений [2].

Часто молодые люди не могут ответить на вопрос о том, чем они могут быть предпочтительнее не новичков на рынке труда, имеющих опыт.

Во-первых, молодые люди более мобильны, легче на подъём.

Во-вторых, они более обучаемы.

В-третьих, обычно им платят более низкую заработную плату, чем опытным работникам, выполняющим те же функции.

В-четвёртых, они не являются носителями какой-либо корпоративной культуры и, следовательно, менее конфликтны и приспособляемы к сложившейся в организации культуре.

Также немаловажен тот факт, что глядя на молодых амбиционных работников «старички» в организации задумываются о повышении квалификации, о повышении своего профессионализма, т.е. молодые работники вносят некий темпо-ритм в тихо текущую жизнь организации. Минусы, конечно, есть. Но главный минус только один – отсутствие практического опыта.

Решение проблемы трудоустройства видится ещё в период обучения. Нередки случаи, когда студентов в случае успешного прохождения практики приглашали на постоянную работу в организации. Однако студенты к практике относятся не достаточно серьёзно, считают, что стараться будут потом, на работе, а практику лишь бы пройти. По данной причине руководители практик от учебного заведения выслушивают жалобы на своих практикантов от представителей организаций. Жалобы эти и в отношении нежелания большинства практикантов что-либо делать и чему-либо учиться, их незаинтересованности в получаемой профессии. Также много жалоб по поводу неумения себя вести, несдержанности, несамостоятельности, неумения подобающим образом одеться. Более того, есть случаи, когда родители студентов приходят на место прохождения практики с целью «выяснения отношений» в том случае, если их ребёнок практику пропускал и ему, вполне логично, её не хотят зачестить.

В период обучения студент может найти самостоятельно для себя стажировки. Конечно, за данные стажировки не платят и загруженному студенту не всегда можно найти время. Наилучшая перспектива для студента будет заключаться в том, что руководитель заметит его старания и пригласит на работу. Данные стажировки предпочитают студенты в том случае, когда желают работать в определённой компании.

Также существует такой тип стажировки, когда стажёр отправляется в другой город или даже другую страну. Подобные стажировки поддерживают, например, молодёжные организации AIESEC, AEGEE. В любом случае они



идеально впишутся в систему подготовки специалиста среднего звена и украсят его резюме.

В случае с трудоустройством после окончания ссуза правильнее говорить о высоких шансах найти работу, нежели о гарантиях. И всё же встречаются условия, при которых уверенно можно говорить и о гарантиях. Например, это целевой набор, когда запрос на подготовку специалиста делает предприятие, готовое позднее взять этого человека на работу. Однако такой вариант подойдёт только тем студентам, Те, кто сомневается в выбранной профессии должен понимать, что, став студентом-целевиком уже нельзя поменять ни ссуз, ни первое место работы.

Наряду с вышесказанным заметим, что есть ряд случаев, когда студенты очень хорошо трудоустраиваются после окончания обучения. И каждый педагог учебного заведения может привести ряд подобных примеров. Педагоги отмечают, что данным студентам было присуще трудолюбие, старание, ответственность, желание досконально узнать сферу своей профессиональной деятельности, широкий кругозор.

Таким образом, многое зависит от активности самой молодёжи. Немаловажен вклад руководителя учебного заведения. Знание руководителя учебного заведения рынка труда давно перешло в разряд современных требований к должности. Широкое распространение получили сегодня такие мероприятия как:

- выступление руководителя учебного заведения на дне открытых дверей;
- проведение анкетирования студентов относительно дальнейших планов;
- публикация на официальном сайте учебного заведения объявлений о вакансиях по профилю и приглашение потенциальных работодателей к сотрудничеству.

Для студентов старших курсов рекомендуется проводить мероприятия, направленные на обучение оптимальной стратегии поиска работы. На данных мероприятиях можно объяснить студентам ошибки при написании резюме, рассказать о мошенничестве на рынке труда, разобрать ситуации, которые

возникают в ситуации собеседования с работодателем. Например, подобные мероприятия можно провести в виде тренингов, ярмарки вакансий, диспута, круглого стола с приглашением работодателей. Также рекомендуется не забывать о таком важном вопросе как дресс-код, правила делового общения и культура речи [2].

Выбор среднего образования отнюдь не закрывает путь ни в высшие светские сферы, ни в творчество. Следовательно, получение среднего образования в ссузе ни в коем случае не следует рассматривать как сужение карьерных возможностей в зависимости от мнения, что одни профессии востребованы, а другие – якобы нет.

### **Список литературы:**

1. Гарифуллина А. Ф. Государственная политика в области трудоустройства молодежи / А. Ф. Гарифуллина, А. А. Бахтигареева // Экономика и социум: Институт управления и социально-экономического развития. – Саратов - 2014. - № 1-1(10). – С. 392.
2. Проблема замкнутого круга и его решение – [Электронный ресурс]. Колледжи, техникумы, училища. URL: <http://www.collegenews.ru/after/job/> (Дата обращения 10.04.2016).

## СЕКЦИЯ 4. ФИЛОСОФИЯ

### БЕРДЯЕВ О ПРОБЛЕМЕ ЧЕЛОВЕКА

*Ковалёв Антон Сергеевич*  
*студент кафедры ПГС, УГТУ,*  
*РФ, г. Ухта*

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

Проблему человека рассматривает множество наук, такие как: медицина, генетика, антропология, психология, социология, физиология и многие другие. Поэтому актуальность данной проблемы не вызывает сомнения. Важное место в этом комплексе наук, объединённых данной проблемой, занимает философия. По нашему мнению, философия – это, изначально, наука о человеке. Несмотря на то, что древние философы, в основном, исследовали существование вселенского бытия, а философы средневековья акцентировали внимание на воле Бога, – именно «человек» был тем объектом, для которого предназначалось учение философии и именно он, вольно или невольно, был эталоном, с помощью которого соизмерялась зримая и незримая действительность, бытие.

Тем не менее, исторически признано, что первые представления о человеке возникли до появления философии, как в мифологическом, так и религиозном мировоззрении.

Так, в античной философии, когда основополагающей была концепция космоцентризма, представителями которой являлись Фалес, Гераклит, Анаксагор, Анаксимен и другие, человек рассматривался как микрокосм. Отсюда логически следовали гармония человека, мира, способность к мышлению и прочее.

В средневековой философии преобладал теоцентрический подход, т.е. проблема понимания сущности человека решалась в соответствии с пониманием Бога; судьба человека определяется через отношение к Богу. Одним из известнейших представителей данного направления был Августин Блаженный. В своём труде «О граде Божьем» он ведёт речь о всемирном идеологическом сообществе людей. Не менее известный философ той же эпохи Боэций раскрывает проблему свободы воли с промыслом Бога в работе «Утешение Философией».

Проблема человека как самоценного существа стала центральной только со времён философии Возрождения. Философию этого периода можно оценить, как антропоцентричную. В ней человек провозглашается центром, творческим началом Вселенной, подобным Богу: свобода человека и смысл его жизни состоят в его собственной внутренней активности, творческой самореализации. Данной идее посвящены работы «Божественная комедия» Данте Алигьери, «Об уединённой жизни», «Инвектива против врага» Франческо Петрарки - «отца» гуманизма и др.

В Новое время проблема человека не потеряла своей актуальности. Более того, выходят на первый план возможности его познавательных способностей и вопросы свободы. В этот период поднимается проблема соотношения природного и социального в историческом и индивидуальном развитии индивида. Человек признаётся самостоятельно мыслящим, познающим и деятельным существом. Так, например, Томас Гоббс написал трилогию «О гражданине», «О теле», «О человеке», в которой раскрывается проблема общества, связанная с теорией общественного договора, то есть с теорией происхождения общества, государства и политической власти. Так же ярким представителем Нового времени являлся Пико делла Мирандола. В своём труде «Речь о достоинстве человека» он повествует о возвышенности человеческой природы, из чего следует привилегированное положение человека в мире.

Марксизм интерпретировал человека, как деятельное историческое существо, которое в процессе преобразования природы создаёт условия существования социума, преобразуя его и себя самого.

В XX веке происходит так называемый «антропологический поворот»: теперь человеческое бытие интерпретируется как «хрупкое» и «кризисное». Казалось бы, человек наконец-то раскрывает свой творческий потенциал, но в то же время он оказывается на грани самоуничтожения. Многие изобретения и открытия обернулись против самого человека.

Возникают два подхода, которые оказали влияние на смежные науки (психологию, социологию, экономику ...):

- 1-й подход – натуралистический. Человек в нём видится глубоко интегрированным в живую природу, и зависящим от неё.
- 2-й подход – экзистенциально-феноменологический. Человеческое бытие здесь считается уникальным, оно приобретает подлинность в состоянии экзистенциальной свободы.

Одним из философов, который стоит у истоков экзистенциально-феноменологического подхода, является Николай Александрович Бердяев.

Основная проблема философии Бердяева Н. А., которая раскрывается в его трудах «Философия свободы», «Смысл истории», «Смысл творчества», «Философия свободного духа», «О назначении человека», «Дух и реальность» и др. – это смысл существования человека и в связи с этим, смысл бытия в целом, которое заключается в собственном существовании. Если оно является осмысленным, то человек пребывает в истине, достижимой либо бегством от мира, либо творчеством. Способность творить является божественной, в этом и заключается подобие человека Богу, ведь творчество – это создание чего-то нового, что является аналогией созданию мира Всевышним.

Современное значение смысла жизни человека по Н.А. Бердяеву заключается в том, чтобы жизнь была ценностью и благом для всех, а не только для самого себя. Только тогда смерть будет являться показателем того, что человек предназначен к другой, высшей жизни.

Именно поэтому нам интересны воззрения Бердяева: ведь смысл жизни – так и является открытым вопросом (несмотря на различные суждения, упрощающие суть жизни до переживания, например: «суть жизни – в самой жизни»).

Философия познаёт бытие из человека и через человека.

Общей тенденцией в философии Николая Бердяева была идея первичности духовно-религиозного начала, в которой смешивались экзистенциальные, онтологические и социальные взгляды мыслителя.

По его мнению, онтологичность человека, заключающаяся в его духовной плоскости, и есть экзистенциальная [1, с. 688]. Отсюда трагическая диалектика внутреннего экзистенциального бытия (субъективного) и внешнего природного (объективного), достигающая апогея в человеческом познании, которое является объективируемым, теряющим первозданность и таинственность бытия.

Дух понимается Бердяевым как антропоморфное единство свободы, души, интеллекта, плоти. Для Бердяева дух есть полнота бытия, жизни человека, мерило его социального самоопределения. В духе и через дух человек находит себя. Вне духа – отчуждённая, голая реальность – природа и мир техники. Источник отчуждения заключается в том, что дух переходит из Божественной укоренённости в свой эпифеномен – объективный окружающий мир, природу и становится зависимым от неё [1, с. 688].

Н.А. Бердяев чаще всего связывает имманентные начала человека с общественным и творчески-созидательным характером его жизнедеятельности, с включенностью человека в мир культуры. Поэтому подлинная истина религии, в его понимании, должна быть направлена на раскрытие творческой активности, потенциально заложенной в христианстве.

Христианство – это религия свободы, а свобода – содержание христианства. Бердяев полагает, что любовью и свободой исчерпывается содержание новозаветной веры и христианство должно быть нетерпимо к принуждению [2, с. 384].

В эпоху Нового времени понятие «свобода» обрело новый смысл. Оно стала рассматриваться как закон природы, человеческого естества, мирового духа, общества трансцендентных ценностей. Под свободой понимается право человека быть свободным в своих решениях и действиях, равенство людей, гражданские и политические свободы. Таким образом, философия Нового времени расходится с религией: так свобода – это больше не дарованная богом благодать, а неотъемлемая часть (право) каждого человека.

Н.А. Бердяев отмечает, что исключительная историчность и динамичность христианства связаны с тем, что оно впервые открыло смысл свободы в ракурсе отграничения подлинной человеческой духовной свободы от внешнего материально-предметного мира, которая была неизвестна в Античную эпоху. Бердяев пишет: «Христианская свобода предполагает разрешение исторического действия через действие свободного субъекта; без допущения такого свободно действующего субъекта, своей свободной активностью определяющего исторические судьбы человечества, конструкция истории, конечно, невозможна» [5, с. 86].

Н.А. Бердяев убеждён, что свобода трагична; если она составляет сущность человека, то, следовательно, она выступает как обязанность; человек поработщён своей свободой. Свобода – это ответственность человека за свои поступки, за свой выбор. Бердяев понимает свободу, как порождение страдания, отказываясь от неё, люди стремятся облегчить себе жизнь.

Вследствие этого специфика самосознания человека, по Бердяеву, наиболее ясно проявляется в его опустошённом и разорванном мироощущении. Бердяев устанавливает приоритет внутреннего духовного мира человека над внешним – ведь внутренний духовный мир человека, обладающий свободой и являющийся проекцией Бога на земле, несоизмеримо более богат в содержательном плане, чем внешние правила и условности. Как следствие этого – постоянный и неустранимо усиливающийся конфликт индивида и общества.

Согласно Н.А. Бердяеву, человек – существо противоречивое, находящееся в конфликте с самим собой. Последний не только легко попадает в рабство, но и любит его. Философ обозначает три состояния человека: «господин», «раб» и «свободный». Господин и раб не могут существовать друг без друга. Свободный же существует сам по себе. На самом деле, господин есть лишь образ раба, вводящего мир в заблуждение. Он сам раб человеческой массы, без которой он не может подняться.

Это положение напоминает концепцию Зигмунда Фрейда о трёх составляющих личности, которые существуют в ней в большей или меньшей степени, и определяет общий стиль поведения.

Развивая свою теорию, Бердяев считает, что рабы не способны создать нового, так как всегда создают только новые формы рабства. А творение господ есть новые формы тирании. Царство Божье достижимо только благодаря свободному творчеству, а свободное творчество предполагает творение в человеке ответа на призыв Бога [6, с. 607].

Значимость философии Бердяева в том, что в чём-то наивные суждения всё же имеют под собой потенциал для решения не только личных, но и социальных проблем.

Так, в последнее время моральный уровень российского общества достиг такого дна, что многие события жизни или игнорируются (кого-то бьют – пройди мимо, чтобы тебя потом ни в чём не обвинили и не посадили), или извращаются (платим «государству» налоги, а оно не перераспределяет их, а использует в личных целях). Решением проблем современного человека мог бы быть выбор – опереться на христианские ценности; но они искажены в устах современной церкви, приближённой к власти. Свобода по Н.А. Бердяеву в западном и российском обществе интерпретируется ориентацией на материальные ценности, а не на духовную свободу. Или, выражаясь языком Бердяева, – стало слишком много господ и рабов, и слишком мало свободных людей.



Таким образом, нам близки положения воззрений на проблему человека Н.А. Бердяева, она может решить многие этические и социальные проблемы современного мира, такие как бездуховность молодёжи; использование религии в целях экстремизма; преобладание материалистических ценностей над духовными; коммерциализация культурных достояний; принятие человека «вне толпы» как равного себе, а не изгоя; возможность защищать свою неприкосновенность адекватными средствами, не будучи за это быть наказанным; открыто призывать и приводить к порядку тех, кто живёт за счёт наших налогов, и несут свою службу беспринципно и заботясь только о своём благосостоянии.

### **Список литературы:**

1. Бердяев Н.А. Дух и реальность [Текст] / под ред. В. Н. Калюжного. – Харьков: Фолио, 2003. – 688 с.
2. Бердяев Н.А. Истина и откровение. Прологомены к критике Откровения [Текст] / Н. А. Бердяев– СПб.: РХГИ, 1996. – 384 с.
3. Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма [Текст] / Н.А. Бердяев – М.: Наука, 1990. – 224 с.
4. Бердяев Н.А. О назначении человека [Текст] / Н.А. Бердяев – М.: Республика, 1993. – 383 с.
5. Бердяев Н.А. Смысл истории [Текст] / Н. А. Бердяев – М.: Мысль, 1990. – 174 с.
6. Бердяев Н.А. Философия свободы. Смысл творчества [Текст] / Н. А. Бердяев – М.: Правда, 1989. – 607 с.
7. История философии [Текст]: учебное пособие / В.К. Трофимов. – Ижевск: ФГБОУ ВПО Ижевская ГСХА, 2012. – 348 с.

## ПРОБЛЕМА ОДИНОЧЕСТВА В ФИЛОСОФИИ

*Молова Валерия Валерьевна*  
*студент кафедры ПГС, УГТУ,*  
*РФ, г. Ухта*

*Федотова Людмила Фёдоровна*  
*научный руководитель, старший преподаватель кафедры философии*  
*и методологии образования, УГТУ,*  
*РФ, г. Ухта*

В современном обществе многие люди сталкиваются с состоянием одиночества. Вряд ли найдется человек, который никогда не испытывал этого чувства. Это явление можно наблюдать по всему миру, и, несмотря на развитие информационных технологий и СМИ, многие люди чувствуют себя одинокими.

Данная тема является очень интересной для меня, так как я хочу разобраться и понять, что именно заставляет нас погружаться в динамичный мир связей и отношений, и почему, находясь наедине с самим собой, мы понимаем, как сильно нуждаемся во взаимодействии с другими людьми.

Известно, что одиночество сопровождало человека на протяжении всей его истории, и эта проблема не перестает быть актуальной и в наше время. Причин появления этого состояния множество, но обычно оно возникает у людей, склонных к социальной изоляции, в процессе которой происходит резкое сокращение социальных контактов и взаимоотношений.

Вопрос одиночества является одним из самых популярных среди проблем философии. Большое внимание этому феномену уделили такие философы, как Аристотель, Б. Паскаль, Ф. Кафка, К.Г. Юнг, М. Бубер Ф. Ницше и другие.

Великий французский философ Блез Паскаль проводил исследования на эту тему и изложил результаты своего труда в произведении «Мысли». Он говорил о том, что люди боятся оставаться наедине с собой, со своими мыслями, они предаются всевозможной деятельности, вместо того, чтобы провести время в одиночестве. Он также полагал, что причина этого состояния «коренится в настоящей бедственности нашего положения, в хрупкости,

смертности и такой ничтожности человека, что стоит подумать об этом – уже ничто не может нас утешить» [3,с.192].

По мнению Паскаля, человек ощущает свою «хрупкость и ничтожность», когда пытается постичь самого себя и свое место в мире, «ибо что такое человек во Вселенной? – рассуждает Паскаль. Небытие в сравнении с бесконечностью, все сущее в сравнении с небытием, среднее между всем и ничем. Он не в силах даже приблизиться к пониманию этих крайностей – конца мироздания и его начала, неприступной, скрытых от людского взора непроницаемой тайной, и равно не может постичь небытие, из которого возник, и бесконечность, в которой растворяется» [3, с.163].

Оставаясь наедине с собой, человек начинает размышлять о смысле своего существования, о Вселенной, о бесконечности. И ему становится жутко и страшно от того, что он понимает, насколько мизерным и ничтожным выглядит его собственное «Я» на фоне данных мыслей. И поэтому он стремится сбежать от одиночества, потому что не может ответить на самые главные вопросы его жизни: в чем смысл человеческого существования? Что будет с ним после смерти?

Из размышлений Паскаля можно объяснить понятие одиночества как «неприкаянность человека в бесконечности Вселенной и как неуютность человека наедине с мыслями о себе самом». Он также говорил о том, что человек занимается определенной деятельностью не с целью добиться каких-либо целей, а для того, чтобы не чувствовать себя одиноким. Но всё это является бессмысленным, так как избегая мыслей о своей сущности, человек в первую очередь бежит от самого себя. Но он никогда не сможет избежать этих мыслей, так как они составляют всю его сущность, и эти мысли будут волновать его до тех пор, пока существует сам человек.

Многие приходят к выводу о том, что оставаться наедине с самим собой для них хуже самого ада, потому что грешники в аду страдают хотя бы вместе. Писатель Джозеф Конрад говорил: «В смерти нас пугает не то, что исчезнет

сознание, – ведь не боимся же мы засыпать каждую ночь, а то что мы останемся одни, в совершенной изоляции и полной темноте».

Больше всего мне близка точка зрения еврейского философа и писателя Мартина Бубера, который также уделил этой теме большое внимание. Он говорит об одиночестве, как о проблеме человеческого существования. Я думаю, что до определенного момента человека не волнуют мысли о том, как он возник, он не задумывается о смысле своей жизни. И по мнению Бубера размышления об этом приходят именно тогда, когда человек осознает, что он одинок. В своей книге «Два образа веры» Мартин Бубер рассуждал так: «Более всего склонен и наилучшим образом подготовлен к самосознанию человек, ощущающий себя одиноким, т.е. тот, кто по складу ли характера, под влиянием ли судьбы или вследствие того и другого остался наедине с собой и своими проблемами, кому удалось в этом опустошающем одиночестве встретиться с самим собой, в собственном «Я» увидеть человека, а за собственными проблемами – человеческую проблематику. В ледящей атмосфере одиночества человек со всей неизбежностью превращается в вопрос для самого себя ...» [2, с.164]. Именно так он доказывает мысль о том, что, стремление сбежать от этого состояния– бессмысленно. Мысли и рассуждения о своем одиночестве, о смысле жизни должны присутствовать в жизни каждого. Но лучше задумываться об этом лишь тогда, когда полностью осознаешь и принимаешь свое одиночество.

На данную тему размышляли не только в древности. Эта проблема очень актуальна и в наше время, так как мир не стоит на месте, появляются новые технологии, новые идеи, и сам человек меняется под воздействием новых средств информации и коммуникации, дефиците межличностных связей. Все эти явления приводят к изменению внутреннего мира человека. С одной стороны, он находится в постоянном взаимодействии с другими людьми, но причастность к обществу и наличие связей совсем не означает, что эти отношения будут полны взаимопонимания и останутся долговременными и стабильными. Так как окружающий нас мир стремительно развивается, мимо

нас проходит огромный поток информации, и для получения новых знаний, обмена опытом и налаживания межличностных связей человеку просто необходимо общаться. В процессе этого ему приходится постоянно подстраиваться под обстоятельства и выбирать. Все это приводит к тому, что он постоянно меняет свое представление о себе самом, теряет возможность адекватно оценивать окружающую действительность и себя в целом. В таких условиях просто необходимо оставаться наедине с самим собой, чтобы привести свои мысли в порядок и понять, что именно из себя представляешь и каких целей хочешь достичь. И в этом случае важно не спутать понятия «одинокость и уединение».

Впервые говорить о различиях одиночества и уединения начали трансценденталисты: Кант, Шеллинг, Фихте – представители немецкой классической философии. Они считали, что в каждом человеке хранится огромный запас духовного богатства, которое нельзя претворить в жизнь из-за той социальной среды, которая его окружает. Для того чтобы разобраться в себе и постичь свой внутренний, духовный мир, человеку просто необходимо уединение.

«Я нахожу полезным проводить большую часть времени в одиночестве. Общество, даже самое лучшее утомляет и отвлекает от серьезных дум» [5, с.89.] С этим высказыванием нельзя не согласиться. Конечно не существует человек, который за всю свою жизнь не пребывал наедине с самим собой. Но чтобы это уединение принесло больше пользы, оно должно осуществляться по собственному желанию. Трансценденталисты говорили о том, что человек должен больше тянуться к природе, нежели к обществу, так как природа является вечным источником жизни. Благодаря уединению каждый в своей душе обретает гармонию. А одиночество, наоборот, предстает как отчужденность человека от природы и от самого себя. И в этом случае одиночество уже не рассматривается как один из смыслов человеческого существования, а приобретает уже явно выраженный негативный оттенок.

И этому явлению Паскаль также уделил большое внимание. По его мнению, человек, спасаясь от гнетущего уединения, начинает погружаться в мир игр и развлечений. В своих исследованиях он говорит о следующем парадоксе человеческого существования: «Мы преодолеваем препятствия, дабы достичь покоя, но, едва справившись с ними, начинаем тяготиться этим покоем, ибо ничем не занятые попадаем во власть мыслей о бедах уже нагрянувших или грядущих» [З.с.194]. Когда человек начинает погружаться в свое любимое дело, он начинает видеть смысл в своей жизни. Но самое важное определить грань между одиночеством и уединением, и не упустить тот момент, когда одиночество превращается в уединение.

Одиночество можно также рассматривать как внутренне постоянное состояние души, которое существовало в человеке всегда. Принимая определенное решение в своей жизни или совершая какой-либо поступок, он должен осуществить это сам, никто не может сделать это за него, также, как и никто не может проникнуть в его мысли и испытать то, что чувствует он. Поэтому именно в момент принятия решения мы чувствуем себя одинокими. Французский экзистенциалист Жан-Поль Сартр в своей книге «Дороги свободы» писал: «Человек обречен быть свободным». Но понятие «свобода» не воспринимается больше нами как что-то ценное и возвышенное, мы начинаем воспринимать свободу как что-то неизбежное.

Но что ни говори об одиночестве, почти каждый человек панически боится остаться один. Важно находиться в окружении людей, ощущать себя частью общества. Но может возникнуть такое явление, при котором человек себя ощущает одиноким в толпе. Он неосознанно следует за толпой, и хоть понимает насколько это бессмысленно, все равно продолжает от нее зависеть. Но толпа подавляет личность, в ней невозможно услышать свой внутренний голос.

Само общество влияет на внутренний мир каждого. Английский писатель Эван Моррисон в своей статье «Капитализм хочет, чтобы мы были одинокими» говорит о том, что «наблюдается новая тенденция в обществе – возвышение

одинокого человека как эталонного потребителя. Эван Моррисон хочет донести до нас то, что из-за экономической нестабильности долговременные отношения между людьми рано или поздно превращаются в кратковременные, которые не связаны между собой никакими обязательствами. Современное общество делает из нас потребителей. Все чаще встречаются одинокие люди, которые стремятся достичь высот в карьере и зарабатывают только на себя. И свободный рынок сейчас ориентируется в основном на них. Это выгодно, так как одинокие люди тратят в разы больше, чем семейные.

Так или иначе одиночество является таким явлением, которое характерно для всех людей. Оно преследует человека на протяжении всего исторического процесса. Мы стремимся избежать этого чувства, но рано или поздно оно может затронуть каждого. Нельзя однозначно утверждать, хорошо это или плохо – оставаться наедине с самим собой, ведь одиночество все воспринимают по-разному. Каждый должен стремиться стать частью общества, но при этом главное помнить, что самое важное в этом случае – не потерять себя и сохранить свою индивидуальность.

### **Список литературы:**

1. Бердяев Н.А. Философия свободного духа. – М.: Республика, 1994. – 480с.
2. Бубер М. Два образа веры. – М.: Республика, 1995. – 464с.
3. Паскаль Б. Мысли – [Электронный ресурс]. –URL: <http://vzms.org/pascal.htm> (Дата обращения 26.03.2016).
4. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.litmir.co/br/?b=103095> (Дата обращения 2.04.2016).
5. Торо Г.Д. Уолден или жизнь в лесу – [Электронный ресурс]. – URL: <http://bookree.org/reader?file=3045> (Дата обращения 4.04.2016).

## СУБЪЕКТИВНАЯ ПРОЕКЦИЯ ВИРТУАЛЬНОГО МИРА

*Сенинг Юлия Александровна*

*Соломатина Вероника Ивановна*

*студенты, кафедра философии, ФГБОУ ВПО «Самарский государственный  
технический университет»,  
РФ, г. Самара*

*Болотникова Елена Николаевна*

*научный руководитель, канд. филос. наук, доц. кафедры философии СамГТУ,  
РФ, г. Самара*

*- Эйпок, мы в режиме on-line?*

*- Почти.*

*Матрица, к/ф*

Субъективный ... что кроется под этим? Возможно, та частичка мира, которая присуща какому-либо конкретному человеку. Его эмоции, чувства, мысли, переживания. Человек как призма, пропускает через себя абсолютно нейтральные, безличностные вещи – объективные, прорабатывает, искажает их под себя, и в результате получает то, что на самом деле он хочет видеть в любой ситуации. Таким образом, человек сам решает, что он включает в свою жизнь.

Актуальность данной темы связана с распространением виртуальной реальности и ее тотальным засильем в сфере коммуникации, обучения, социального взаимодействия.

В 21 веке трудно представить человека, который бы никоим образом не контактировал с виртуальной реальностью. Стоит ему достать из кармана свой гаджет, как он полностью погружается в мир искусственной реальности, созданной по средствам компьютерных технологий. Немецкий философ Мартин Хайдеггер, размышляя о технике, еще в 20 веке усмотрел ее мировоззренческую основу: «Опасна не техника сама по себе. Нет никакого демонизма техники; но есть тайна ее существа. Существо техники как миссия раскрытия потаенности – это риск» [8]. Если раньше человек использовал



технику преимущественно в своих потребительских нуждах и как средство власти над миром и природой, то теперь, с созданием виртуальной реальности, настолько ясно отражающей и вбирающей в себя действительность, техника устремилась вглубь своего создателя, нацелилась на его внутренний мир.

Освоение мира, как реального, так и виртуального, лежит через субъективацию, то есть индивид уже в самом начале своего жизненного пути начинает осваивать действительность по средствам выработки индивидуального отношения, личного опыта, пытаясь дать оценку всему, что его окружает. Но что можно считать «объективно реальным», учитывая развитие современных технологий, которые претендуют на звание заместителя-реальности, практически неотличимой для субъекта. И как понять, что весь мир не просто, чья та выдумка, иллюзия или быть может компьютерная игра?

«Определенно, в нашу эпоху, когда образ предпочитают вещи, копию - оригиналу, представление - действительности, а видимость - бытию, лишь иллюзия обладает святостью. Более того, святость возрастает в той мере, в какой уменьшается истина, а иллюзия при этом возрастает, да так, что высшая степень иллюзорности являет собой высшую степень святости» [7].

Виртуальное пространство безгранично, оно позволяет уйти от любых ограничений, выйти за рамки нематериального и ощутить ментальные возможности. Но здесь и кроется проблема реального и ирреального мира, точнее той тонкой грани, того разреза между двумя зеркальными плоскостями, когда человек перестаёт отдавать себе отчет в том, что он вынесен из мысленного пространства, а все вокруг лишь иллюзия и представление.

По Декарту материя и реальный мир пребывают независимо от наших чувств и мыслей. Наши чувства не раскрывают природу вещей, а лишь показывают нам, чем они могут быть для нас полезны или вредны. Можно полагать, что реальный мир существует за пределами субъекта и отделен от субъективности, в тот момент, как виртуальный непосредственно проецируется и воздействует на наши чувства и желания, реализуется внутри самого субъекта. Поскольку желания и возможности человека всегда

ограничиваются чем-то материальным, то субъективность уходит от плотского в мир ирреального (виртуального), иллюзорного удовлетворения.

Следует отметить, что виртуальная реальность, созданная по средствам научно-технического прогресса (фильмы, компьютерные игры и т.п.), может считаться объективной виртуальной реальностью, поскольку существует независимо от нашей воли и желаний, но воздействует на нас, а иногда поглощает полностью, что грань между реальностью и ирреальностью стирается. А субъективная виртуальная реальность – это реальность, которая существует по воле нашего сознания (мечты, воображение, сновидения).

Естественность и подлинность искусственной реальности для сознания человека тем более реалистична, чем более внушительно ее составляющие воздействуют на его сознание, психику, нервную систему. В романе польского писателя и философа Станислава Лема «Солярис» речь идет о взаимодействии людей будущего с разумным океаном планеты Солярис. Океан проецирует и создает существ (людей), которые можно было бы называть «фантомами», если бы они не были столь материальны для землян. Солярис создает виртуальную реальность для каждого ученого, которая настолько реальна для человека, потому что затрагивает его самые острые и тяжелые воспоминания, что через какой-то период субъект перестает ощущать эту виртуальность и начинает терять рассудок, до конца погружаясь в созданную иллюзию. Главный герой пытается сохранить близкого человека, который на самом деле является лишь копией, построенной из каких-то неизвестных структур. Но каков должен быть критерий реальности, руководствуясь которым человек мог бы спокойно ориентироваться в виртуальном мире?

В современном обществе можно наблюдать распространение виртуальной реальности и ее абсолютное порабощение в сфере коммуникации, обучения, социального взаимодействия. Станислав Лем в своих трудах не раз отмечал, что «если компьютер создан для регулирования жизни общества, то кто будет регулировать компьютер?» [5]. Действительно, индивид порабощенный виртуальным миром думает, что осуществляет собственные мысли и желания,

но это не личные фантазии, ведомые только субъекту, а то, что уже заведомо запрограммировано в виртуальном пространстве.

Нельзя отрицать тот факт, что человечество все меньше прибывает в обычном (объективном) мире, оно старается окружить себя иллюзорной реальностью: раньше это были – книги, фильмы, картины, а сейчас, благодаря современным технологиям, проводят большую часть своего времени за персональным компьютером. Но к чему ведет эта тенденция? Какова вероятность, что мир вокруг нас не станет «миром грёз, порождённым компьютером, созданным, чтобы подчинить нас»? [9]

«- Твой вид сейчас, это то, что мы называем "остаточное самоизображение." Ментальная проекция виртуального я.

- Все ... Нереально?

- Что есть реальность? И как определить ее? Весь набор ощущений: зрительных, осязательных, обонятельных — это сигналы рецепторов, электрические импульсы ... Тогда «настоящее» – это просто электрические сигналы, обработанные твоим мозгом. Это мир, который ты знаешь»[9]. В фильме «Матрица» братьев Вачовски четко видна мысль о постоянно прогрессирующем сращивании реального мира с виртуальным. Можно сравнить и ощутить разницу двух миров: оценить положение вещей в виртуальном оцифрованном пространстве (в Матрице), где люди рабы, пребывающие в «тюрьме [собственного] разума». И жизнь в Сионе - городе тех, кто оказывает сопротивление Матрице, где люди борются за правду и право самим определять свою жизнь, ощущать мир таким, каким он является в действительности. Фильм наталкивает на размышление и озвучивает вопрос актуальный для современной человеческой цивилизации: что лучше реальность или виртуальность? Быть может «счастье — в неведении»?

Интересно то, что происходит на стыке этих двух миров, на границе их пересечения. Известный французский философ и социолог Жан Бодрийяр отождествляет эпоху информации (постмодернизма) с эрой тотальной симуляции. Изменения, коснувшиеся различных сфер человеческой жизни,

связаны с наступлением времени, где главенствующую роль играют новейшие технические средства массовых коммуникаций. Опыты над искусственной реальностью, вариации в воспроизведении реальности, внесли изменения в само понимание и восприятие действительности, а также отразились и на способе общения людей. «Здесь играют в то, будто говорят друг с другом, слушают друг друга, общаются, здесь разыгрываются самые тонкие механизмы постановки коммуникации. Контакт ради контакта становится родом пустого самособлазна языка, когда ему уже просто нечего сказать» [1]. Так Жан Бодрийяр видит специфику взаимоотношений в «пространстве симуляции». Философ размышляет о том, что общение в сетевом пространстве не что иное, как игра, симуляция разговора.

В книге «Симулякры и симуляция» Ж. Бодрийяр связывает понятия гиперреальности с симулятивным пространстве, где имитируется эффект реальности, создавая впечатление, что все окружающие нас вещи существуют в действительности. «У этого таинственного света нет источника, в косом падении его лучей нет уже ничего реального, он как водная гладь без глубины... Вещи тут давно утратили свою тень (свою вещественность)» [2].

В мире, погруженном во всеобщую симуляцию, нет больше границы между реальным и виртуальным, реальность становится гиперреальностью, которая существует только в виде симулякров, моделей, в замене реального знаками реального. «В этом переходе в пространство, чье искривление не относится больше ни к реальному, ни к истине, эра симуляции открывается уничтожением всех референтов – хуже: их искусственным воскрешением в системах знаков ... [...]. Речь не идет больше об имитации, ни о дублировании, ни даже о пародии. Речь идет о замене реального знаками реального, то есть об операции устрашения всего реального процесса его операционным дубликатом, метастабильной знаковой машиной, программатичной, безупречной, которая дарует все знаки реального и минует при этом все перипетии» [2].

Положение современного человека между 2 мирами: виртуальным и реальным напоминает спектакль, в котором трудно усмотреть действительное

положение вещей. Человек становится невольным актером, «заложником» чужой пьесы, действия которой давно срежиссированы и так натурально преподнесены персонажам спектакля, и выданы за работу их личного сознания.

Как утверждает французский философ Ги Дебор, «спектакль - это непрерывное рассуждение, ода существующего порядка о самом себе, его хвалебный монолог» [3]. Спектакль требует к себе почтения, преклонения, и принятия его как лучшего что может быть в этом мире. Люди не стремятся это отрицать, они поглощены в игру, и не замечают реальности.

«Реальность, рассматриваемая по частям, является к нам уже в качестве собственной целостности, в виде особого, самостоятельного псевдо-мира, доступного лишь созерцанию» [3]. Представления индивида о разных сферах жизни как по крупинкам собираются и составляют его личный мир, полный неправды и лицемерия. Таким образом, псевдо - мир вытесняет настоящий. «На самом деле, спектакль, извращающий реальность, является продуктом этой деятельности» [3]. В настоящей жизни человек поглощен игрой и созерцанием спектакля. «Таким образом, реальность возникает в спектакле, а спектакль - в реальности. Это взаимное разделение и есть сущность и опора существующего общества» [3].

С давних времен людей окружала религия, они полностью полагались на нее, все свои силы стремления желания они отдавали ей. Индивиды растворялись в религии, сейчас ее заменил спектакль. Он послужил источником, опускающим людей с небес на землю. Но свой идеальный виртуальный мир созданный людьми на небесах они перенесли на землю. Тем самым никаких изменений не произошло в сознании людей, кроме смены веры от религии до спектакля. «Спектакль - это техническая реализация изгнания человеческих сил в преисподнюю; это окончательное разделение внутри самого человека» [3]. (Ги Дебор «Общество спектакля»)

Люди всегда искали верные пути решения проблем, правильные нормы, по которым следует жить. Но индивиды упустили самое важное, у каждого своя достоверность. Американский философ Дэвидсон считал, что определение

истины подходит для бесспорных утверждений типа: «Снег бел», но совершенно не годится для таких выражений, как: «Наша теория мира соответствует физической реальности», «Наша моральная философия отвечает идее Блага», потому что эти утверждения верны, если нас окружают правильные вещи и они сосредоточены таким образом, как и в предложениях[4]. Но если индивид не согласен с этим, он может предложить свою версию, несемантическую.

«Нельзя допустить, что кому-то (философу) даны объекты сами по себе и этот кто-то может решать, чьи утверждения являются истинными.» Б. В. Марков «Знаки бытия» [6]. Но тогда остается только критиковать собственные видения и мысли философа по поводу истинности, а за истинные получится, будем выдавать свои. Но это противоречит объективному видению вещей.

Из всего следует, современный человек должен тонко чувствовать ту грань, тот баланс между 2 мирами, позволяющий контролировать в необходимом количестве присутствие того или иного в его жизни. Иначе в случае с объективным миром человек останется сугубо реалистом, перестанет соответствовать современности, выпадет из общественного бытия, а в другом, он вообще ничего не будет из себя представлять, как личность, если не будет улавливать грани спектакля и ее стык с реальностью.

### **Список литературы:**

1. Бодрийяр Ж. Соблазн. – М.: Ad Marginem, 2000. С. 282.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / пер.О.А. Печенкина. - Тула, 2013. 204 с.
3. Ги Дебор Общество спектакля. – М.: Логос. 2000. 178 с.
4. Дэвидсон Д. Истина и значение // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. Вып. XVIII. С. 150–160.
5. Лем С. Солярис. – М.: АСТ: Астрель, 2002. 222 с.
6. Марков Б.В. Знаки бытия. – М.: Наука, 2001. С.13–18.
7. [7] Фейербах Л. Сущность христианства. М.: Мысль, 1965. 414 с.
8. Хайдеггер М. Время и бытие. – М.: Ad Marginem, 1993. С.221–238.
9. The Matrix. Directed by Andy Wachowski, Lana Wachowski. 1999; USA and Australia: Warner Bros, 1999. Film.

## СЕКЦИЯ 5. МАРКЕТИНГ

### АНАЛИЗ КРУПНЕЙШИХ ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ КРАУДФАНДИНГОВЫХ ПЛОЩАДОК В КАЧЕСТВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИХ КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ НОВИНКИ НА РЫНОК

*Евстегнеева Дарья Сергеевна*  
*студент, ИСГТ, ТПУ,*  
*РФ, г. Томск*

*Кизеев Вениамин Михайлович*  
*научный руководитель, старший преподаватель, ИСГТ, ТПУ,*  
*РФ, г. Томск*

Краудфандинг (от англ. crowd funding, crowd – «толпа», funding – «финансирование») – это народное финансирование, иначе – коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций. С помощью краудфандинга возможно привлекать средства на различные цели: помощи пострадавшим от стихийных бедствий, поддержке со стороны болельщиков, поддержке политических кампаний, финансированию стартап-компаний и малого предпринимательства, созданию свободного программного обеспечения, получению прибыли от совместных инвестиций и многому другому.

Темпы роста рынка Краудфандинга поистине впечатляют: за 2012 год было собрано \$2,7 млрд., что на 81% превысило показатели 2011 года. В 2013 рынок вырос в два раза, до уровня \$5,1 млрд. 2014 год принес индустрии \$10 млрд., в 2015 году этот объем увеличился более, чем в два раза: компании собрали \$34,4 миллиарда.

Наибольший рост показала Азия. В этом регионе рынок краудфандинга вырос на 320% и составил \$3,4 миллиарда. Азия немного опередила Европу, где сумма привлеченных средств составила \$3,26 миллиарда. С большим

опережением идет Северная Америка – при росте в 145% объём рынка составил \$9.46 миллиарда. Предприниматели – самые активные пользователи краудфандинга, вложения в бизнес-проекты в 2014 году составили \$6,7 млрд – это 41,3% рынка. На социальные нужды люди пожертвовали \$3,06 млрд, на фильмы и представления — \$1,97 млрд, на недвижимость — чуть более \$1 млрд. На запись музыки люди отдали \$736 миллионов [1].

Цель работы – проанализировать статистику крупнейших краудфандинговых площадок и выяснить, какую из них можно наиболее эффективно использовать в качестве маркетингового инструмента. Краудфандинговая площадка будет использоваться для продвижения собственного технологического проекта – новый промышленный дизайн медицинского браслета AIR.

Разделим все критерии, по которым мы будем сравнивать краудфандинговые площадки, на две группы: 1) критерии, которые помогут оценить привлекательность площадки с точки зрения использования ее как маркетингового инструмента; 2) критерии, которые помогут с выбором площадки для публикации собственного технологического проекта.

Для сравнения были выбраны две зарубежные (Kickstarter и Indiegogo) и две российские площадки (Planeta.ru и Boomstarter). К сожалению, не все критерии удалось сравнить в полной мере, так как не все площадки открыто показывают свою статистику.

#### 1. Kickstarter.

Сегодня Kickstarter является практически синонимом краудфандинга. Это крупнейшая краудфандинговая платформа: она имеет абсолютный рекорд по суммарным сборам за все время своего существования – \$2 млрд. На площадке успешно завершилось 95 тыс. проектов, на ней зарегистрировано 9,7 млн. бэйкеров (одна треть из этих людей поддержала больше одного проекта). Kickstarter принимает проекты в 15 категориях. Фильмы и видео, музыка и издательское дело являются наиболее популярными категориями – в них представлено больше всего проектов. Кроме них пользователи широко поддерживают игровые и технологические проекты, а так же проекты в категории «дизайн» (такие



проекты финансируются больше других). Kickstarter славится популярностью медиа и блоггеров, которые малыми усилиями способны вывести проект в топ.

## 2. Indiegogo.

Indiegogo первоначально специализировался на финансировании независимых фильмов, но затем начал принимать проекты любых категорий. Indiegogo можно назвать противоположностью Kickstarter, т.к. он не является настолько критичным в своих требованиях от авторов проектов: кампанию по сбору средств можно запустить из любой страны, для проекта можно выбрать любую категорию (из 24 предложенных), можно забрать средства, даже если финансовая цель не была достигнута. По этим причинам на Indiegogo запускается больше кампаний (10 000 на Indiegogo против 6 000 на Kickstarter). Чем больше проектов и меньше модерации, тем меньше процент успеха проектов (10% на Indiegogo против 40% на Kickstarter). Однако на Indiegogo доступно больше статистики и лучше организована поддержка пользователей [3].

## 3. Planeta.ru.

Эта платформа – ровесник российского рынка краудфандинга, была организована в 2012 году. Planeta.ru создали при участии группы Би-2. Музыкальная и любая другая творческая индустрия – это благодатная почва для краудфандинга. Вокруг популярных музыкантов собирается определённая толпа преданных фанатов, которые готовы ради кумира на многое. Проекты стали «лакмусовой бумажкой» демонстрацией того, что краудфандинг в России реален. Благотворительность – это вторая по величине категория на Planeta.ru, сборы в которой на начало июня 2015 составили 56 555 507 рублей. Проекты в этой категории не облагаются комиссией и могут продляться бесконечно [4].

## 4. Boomstarter.

Boomstarter – краудфандинговая платформа для привлечения финансирования в творческие, технические и другого рода проекты, имеющие конечную цель, аналог проекта Kickstarter. Boomstarter привлекает финансирование для разнообразных проектов, таких как создание фильмов, технологий, музыки, видеоигр, изданий и т.д. Критериями отбора проектов

является их творческое наполнение, ограничение по времени, а также наличие реалистичных задач и четко оформленного результата. Для получения финансирования нужно разместить описание проекта на Boomstarter, указать минимальное количество средств, которое необходимо собрать за заявленный срок. Если проект не соберёт нужное количество средств к определённому сроку, то деньги вернут спонсорам. Boomstarter берёт 5 % от привлечённых средств в успешные проекты, платёжные системы взимают ещё 5 % [5].

Итак, само сравнение мы проводим с целью: 1) выбирать лучшую площадку в качестве маркетингового инструмента и 2) в принципе выбрать площадку для публикации технологического проекта (новый промышленный дизайн медицинского браслета «AIR»). Результаты представлены в таблицах 1 и 2.

**Таблица 1.**

**Сравнение краудфандинговых площадок для использования в качестве маркетингового инструмента**

|   | <b>Kickstarter</b>   | <b>Indiegogo</b>  | <b>Planeta.ru</b>  | <b>Boomstarter</b>   |
|---|--|---|--|--|
| Годовой бюджет площадки                                 | \$1 млрд.  | \$0,8 млрд.   | \$0, 24 млрд.  | \$ 0,12 млрд.  |
| Количество посетителей в месяц, чел.                    | 25-27 млн. чел. (уникальных)   | 9 млн. чел. (уникальных)  | 800 тыс.   | 350 тыс.   |
| Количество подписчиков в соц. сетях                     | Facebook 1,3 млн.<br>Twitter 1,06 млн.   | Facebook 0,4 млн.<br>Twitter 0,27 млн.  | Facebook 0,01 млн.<br>Twitter 0,01 млн.<br>В контакте 0,02 млн.                                    | Facebook 0,03 млн.<br>Twitter 0,02 млн.<br>В контакте 0,1 млн. |
| Среднее пожертвование от бэкера                         | 71 \$  | 86 \$   | 900-950 руб.   | 900-950 руб.   |
| Конверсия посетителей                                   | 5-7%   |   |  | 0,2-0,5%   |
| Внутренние возможности площадки для продвижения проекта | Есть «Проект дня» и «Выбор редактора». Анонсируется в рассылке и соц. сетях. Завершённый проект не удаляется с сайта | Площадку можно использовать на протяжении всего жизненного цикла продукта:<br>1. Предзапуск кампании<br>2. Финансирование<br>3. Продажи (сервис InDemand).<br>+ есть рассылка | С каждым проектом работает отдельный менеджер, который помогает с ведением и продвижением кампании | Есть раздел «Популярное»                                       |

|                            |  |                                 |  |  |
|----------------------------|--|---------------------------------|--|--|
| Внимание медиа и блоггеров | Более доверительные отношения и больший охват, чем у IGG | Охват меньше, чем у Kickstarter |  |  |
|----------------------------|--|---------------------------------|--|--|

Таким образом, эта таблица показывает, что из зарубежных площадок Kickstarter является более привлекательной для проведения краудфандинговой кампании с целью PR своего продукта. А если делать выбор из российских аналогов, то стоит выбрать Boomstarter, т.к. они ведут активную работу со своими пользователями онлайн. На это указывает размер сообщества в социальных сетях.

**Таблица 2.**

**Сравнение краудфандинговых площадок для использования в качестве маркетингового инструмента**

|  | <b>Kickstarter</b>   | <b>Indiegogo</b>   | <b>Planeta.ru</b>                     | <b>Boomstarter</b>                 |
|--|--|--|---------------------------------------|------------------------------------|
| Характеристика посетителей   | Женщины 70%<br>Мужчины 30%<br>Преобладающий возраст – 25-34 года | Женщины 58%<br>Мужчины 42%<br>Преобладающий возраст – 25-34 года | Женщины 46%<br>Мужчины 54%,           |                                    |
| Наиболее финансируемые категории проектов                                  | Игры<br>Технологии<br>Дизайн                                     | Технологии<br>Фильмы/видео<br>Социальные проекты                 | Музыка<br>Кино<br>Благотворительность | Литература<br>Бизнес<br>Технологии |
| Страны, из которых автор проекта может подать заявку                       | Америка  | все  | все                                   | только РФ                          |
| Процент успешности проектов  | 50 %   | 10 %   | 50 %                                  | 20 %                               |
| Годовые сборы по проектам Топ-10   | 71 000 000 \$  | 38 000 000 \$  | 440 000 \$                            | 20 000 \$                          |
| Модерация при регистрации проектов   | + (модераторы выбирают наиболее удачные)                         | +  | +                                     | +                                  |
| Комиссия и прочие расходы, необходимые для публикации проекта на площадке. | до 30%   | 10 %   | 23 %                                  | 23 %                               |

На основе таблицы сложно сделать однозначный выбор в пользу площадки для публикации собственного технологического проекта. Зарубежные

площадки Kickstarter и Indiegogo обе являются сильными, популярными и растущими. Kickstarter выигрывает по процентам успешного завершения проекта и годовому объему привлеченных финансов. Категория «Технологии» является второй по популярности на этом сервисе. Однако на Indiegogo технологических проектов стартует в разы больше, но не все они оканчиваются успехом. Этот сервис помимо прочего привлекателен своей открытой статистикой, там можно найти все – от самой популярной категории проекта, до того, сколько бэкеры любят вкладывать в кампании. Мы привели описание бэкеров популярных площадок для того, чтобы автор проекта мог выбрать, на какой площадке преобладает его целевая аудитория.

### **Список литературы:**

1. The Crowdfunding Industry report – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL <http://www.crowdsourcing.org/editorial/global-crowdfunding-market-to-reach-344b-in-2015-predicts-massolutions-2015cf-industry-report/45376> (Дата последнего обращения 16.01.2016 г.).
2. Weinberg С. Краудфандинг 2015: вперед, к новым рекордам! – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://crowdsourcing.ru/article/kraudfanding\\_2015\\_vpered\\_k\\_novym\\_rekordam](http://crowdsourcing.ru/article/kraudfanding_2015_vpered_k_novym_rekordam) (Дата последнего обращения 17.01.2016).
3. Kickstarter vs Indiegogo: which one to choose? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://thecrowdfundingformula.com/index.php/2015/11/13/kickstarter-vs-indiegogo-2/> (Дата последнего обращения 17.01.2016).
4. Ларионов Н. Как выбрать краудфандинговую платформу? – Режим доступа: URL <http://www.crowdfund.ru/how-to-choose-a-crowdfunding-platform/> (Дата последнего обращения 16.01.2016 г.).
5. Henni А. Crowdfunding platforms make their first steps in Russia. Режим доступа: URL: <http://www.ewdn.com/2012/10/01/crowdfunding-platforms-make-their-first-steps-in-russia/> (Дата последнего обращения 17.01.2016).

# **МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАДЕНИЯ СПРОСА НА РЫНКЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ (НА ПРИМЕРЕ МАГАЗИНОВ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ ГОРОДА САРАТОВА)**

***Коноплева Анастасия Вадимовна***

*студент, кафедра туризма и культурного наследия, Саратовский национальный исследовательский государственный университет, РФ, г. Саратов*

***Сычева Виктория Олеговна***

*научный руководитель, старший преподаватель, кафедра туризма и культурного наследия, Саратовский национальный исследовательский государственный университет, РФ, г. Саратов*

Рынок бытовой техники России представлен более 300 производителями бытовой техники. У некоторых иностранных производителей заводы расположены и на территории Российской Федерации: это компании “Bosch”, “Sony”, “Philips” и др. Производители сотрудничают с торговыми сетями по всей России: с «Эльдорадо», «М.Видео», «Техносила», «Мир», “DNS”, “Media Markt”.

События января 2016 года для крупных торговых сетей, кредитных организаций и предпринимательских структур стали несколько неожиданными: первые месяцы года обычно являются «застойными», однако, начало 2016 года стало исключением. Так, в Саратовской области ноябрь считается одним из самых доходных месяцев года [1]. Однако январь 2016 года оказался сравнимым по продажам с ноябрем 2015. Клиенты магазинов электроники и бытовой техники в январе активно скупали большую часть электроники, бытовой техники, а также инструментов. Такая ситуация возникла благодаря грамотному подходу к применению методов продвижения продукции в ситуации падения спроса на рынке электроники и бытовой техники. Таких как: акции, скидки, event-продвижение и технология личных продаж.

Экономическая ситуация в стране оказала влияние также на платежеспособность и предпочтения населения. Клиенты стали выбирать

товары более избирательно и тщательно проверять работу техники в первые дни ее использования; большее внимание стали уделять акциям и предоставлению скидок. В виду вышеуказанных факторов компании по продаже электроники и бытовой техники придумывают более действенные способы по сбыту бытовой техники. Рассмотрим некоторые из них подробнее.

В виду сокращения покупательской способности, потребители предпочитают брать товары в кредит. Услугу представителя банка для оформления кредита непосредственно в магазине можно назвать методом продвижения продукции в условиях падения спроса на рынке бытовой техники. С помощью этого метода и магазин, и банк получают взаимную выгоду. Известно, что если клиент желает сразу получить тот или иной товар, и, если он не может оплатить покупку целиком, то ему предоставляется возможность обладания товаром «здесь и сейчас» в кредит. Данный метод очень актуален для населения со средним доходом и доходом ниже среднего. Примерами взаимовыгодного сотрудничества могут служить следующие партнерские отношения: «DNS» сотрудничает с банком «Home Кредит» («ХКФ банк»), «М.Видео» предоставляет кредит в КБ «Ренессанс Кредит» (ООО), а “Media Markt” в ОАО «АЛЬФА-БАНК» и ООО «Лето Банк».

Следующим методом продвижения продукции в условиях падения спроса на рынке можно назвать технологии личных продаж. По мнению Марии Котовой, исполнительного директора агентства недвижимости “Knight Frank”: «Работа с клиентом действует лучше любого маркетингового инструмента» [2]. Такой подход компании к потребителю «расшевелил» потребительский спрос, задал новые стандарты качества продуктов и услуг. В рамках переориентации на клиента компания начала пропагандировать новые ценности – прозрачность и информационную открытость для общества.

Третья группа возможных методов продвижения продукции в условиях падения спроса на рынке – это методы PR и рекламы. Данные методы применяются одновременно в зависимости от целей компании и от сферы ее деятельности. «Необходимо сформировать единый и понятный имидж

компании, который распространится на объект и целевую аудиторию. Для решения данной задачи и реклама, и PR работают в совокупности» [3], – уточняет Динара Лизунова, директор по PR “Capital Group”. С ее точкой зрения соглашается Марина Скубицкая, генеральный директор КА «PR-стиль»: «PR – действие, завершающее формирование рекламного образа» [4].

Еще одним важным средством продвижения продукции в условиях падения спроса на рынке электроники и бытовой техники является проведение различных мероприятий для клиентов. Чтобы сделать покупателя своим постоянным клиентом, компании по сбыту электроники и бытовой техники прибегают к event-продвижениям. Примером event-продвижения могут служить выставки, презентации, праздники, концерты, демонстрации техники на публику с раздачей небольших сувениров и подарков. Так, для продвижения своей продукции “Nokia” организует спортивные мероприятия, связанные с динамичными видами спорта: чемпионат для сноубордистов “Nokia Winter Action” проводится ежегодно. В Украине “Nokia” презентовала новую модель телефона Nokia 5100 путем организации грандиозного экстрим-шоу на Майдане летом 2003 года. А шоу “Nokia Totally Board”, проходившее на ВДНХ в Москве в 2002 году, стало настоящим зрелищем для любителей экстрима.

Одним из известных методов эффективных продаж также является метод ограничения: когда предложение ограничено, оно непременно вызывает спрос. Нужно только подкрепить предложение товара фразами: «завтра может не быть» или «последнее выгодное предложение только у нас», тем самым подтолкнуть потенциального покупателя к мысли: «а вдруг мне не достанется?». Например, продавцы-консультанты DNS в своих продажах регулярно используют фразу «Покупайте, у нас последние дни выгодного предложения». Этот прием отлично срабатывает при продаже телевизоров.

Согласно интернет-ресурсу “Veralline”, самыми популярными среди потребителей по Саратовской области торговыми сетями по продаже электроники и бытовой техники из действующих торговых сетей по всей России, стали следующие компании бытовой техники: 1) “Media Markt” (30%);

2) Местные торговые сети (29%) - так, у ООО «СЭПО-ЗЭМ» есть своя ниша сбыта холодильников, произведенных в г. Саратов; 3) «DNS» (16%); 4) «М.Видео» (14%); 5) «Техносила» (6%); 6) «Эльдорадо» (5%)[5].

Таким образом, кризис не заставил компании, работающие на рынке электроники и бытовой техники, отказаться от расходов на event-продвижение, а также других методов продвижения продукции для увеличения сбыта товаров, а наоборот, заставил более внимательно и креативно подойти к сочетанию уже известных методов. Новые стратегии продвижения продукции позволили многим предприятиям продолжать работу и даже наращивать обороты в условиях неустойчивой экономической ситуации.

### **Список литературы:**

1. Стоит ли покупать бытовую технику и электронику в кредит — [Электронный ресурс] — Режим доступа. - URL: <http://prostofinovo.ru/citizen/counting/stoit-li-pokupat-bytovuyu-tekhniku-i-elektroniku-v-kredit-v-krizis/> (Дата обращения: 8.04.2016).
2. Маркетинг в недвижимости — [Электронный ресурс] — Режим доступа. - URL: <http://www.miel.ru/press/4700/> (Дата обращения: 8.04.2016).
3. 15 эффективных инструментов для привлечения клиентов — [Электронный ресурс] — Режим доступа. - URL: <http://lead-academy.ru/poleznye-materialy/15-effektivnykh-instrumentov-dlya-privlecheniya-klientov/> (Дата обращения: 8.04.2016).
4. Новые методы продвижения — [Электронный ресурс] — Режим доступа. - URL: <http://www.mvn.irm.ru/digest/59.html> (Дата обращения: 11.04.2016).
5. Торговые сети по продаже бытовой техники и электроники — [Электронный ресурс] — Режим доступа. - URL: <http://veralline.com/blog/open/1752.html?language=english> (Дата обращения: 10.04.2016).



# **ОСОБЕННОСТИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ**

***Фефелова Анастасия Андреевна***

*студент 2-го курса Российско-американского факультета  
Ульяновского государственного университета,  
РФ, г. Ульяновск*

***Захарова Юлия Николаевна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц. кафедры управления  
Ульяновского государственного университета,  
РФ, г. Ульяновск*

В настоящее время в условиях непростой экономической ситуации в Российской Федерации и введение экономических санкций, поведение и предпочтения российского потребителя несколько изменились по сравнению с предыдущими годами. Отсутствие некоторых видов товара на российском рынке и увеличение цен на другие товары в связи с увеличением курса доллара заставляет потребителей пересматривать и менять своё поведение.

Данная проблема особенно актуальна и важна для изучения российскими компаниями, так как понимание особенностей поведения потребителя и изучение его потребностей поможет компаниям производить товар, который будет пользоваться спросом на российском рынке.

Целью работы является изучение общих особенностей покупательского поведения и изменения предпочтений российского покупателя в настоящее время. Я обратила большее внимание на особенности поведения при приобретении продуктов питания, так как именно данные виды товаров мы приобретаем постоянно в связи с нашими физическими потребностями.

При сборе информации для статьи я использовала метод анкетного опроса, так как это наиболее простой и доступный способ сбора данных. В опросе приняли участие 50 человек в возрасте от 18 до 60 лет, проживающих в городе Ульяновске.

Для того чтобы изучить поведенческие особенности потребителя, необходимо понимать, что же такое поведение потребителя и что на него влияет.

Поведение потребителей — это деятельность, непосредственно вовлеченная в обретение, потребление и избавление от продуктов, услуг, идей, включая процессы решений, предшествующие этой деятельности и следующие за ней [1, с.2]. Процесс принятия решений потребителя рассматривается, как правило, в составе следующих этапов: осознание потребителем наличия проблемы, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив покупки, покупка, использование покупки и оценка решения [1, с.3].

Что же касается экономической ситуации в России в настоящее время, кризис на Украине и последующее присоединение Крыма к России стали спусковым крючком, запустившим механизм санкций, который становился все более и более болезненным для отечественной экономики. Ответное продовольственное эмбарго способствовало изменению ассортимента на рынке продуктов питания, а из-за обвала цен на нефть и увеличения курса доллара выросли и цены на некоторые продукты питания.

Около 60% опрошенных отметили, что их расходы на продукты питания сильно увеличились после введения экономических санкций. Однако большинство респондентов не заметили сильных изменений в своей потребительской корзине (рис. 1). Это связано с тем, что потребители привыкли покупать определённый необходимый для них набор продуктов питания, и не собираются его сильно изменять.



*Рисунок 1. Изменение потребительской корзины*

Около 50 % респондентов отметили, что в их потребительской корзине преобладают сыры и молочные продукты. Вторыми по популярности идут хлеб

и овощи и фрукты. Также многие опрошенные отметили, что они стали реже покупать рыбу, морепродукты и шоколад из-за сильного повышения цены на данные виды товаров.

Последствием введения экономических санкций против России, указом президента России от 6 августа 2014 года было введено продовольственное эмбарго, то есть запрета на ввоз в Россию «отдельных видов» сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых является государство, введившее экономические санкции в отношении российских юридических и физических лиц в 2014 году [5]. В связи с данными событиями, в 2014 году был разработан государственный курс на импортозамещение, то есть замещение импорта товаров в Россию товарами, произведёнными внутри страны [4].

Однако возникает вопрос: как же сами потребители реагируют на замену импортного товара отечественными аналогами и доверяют ли они отечественным производителям?

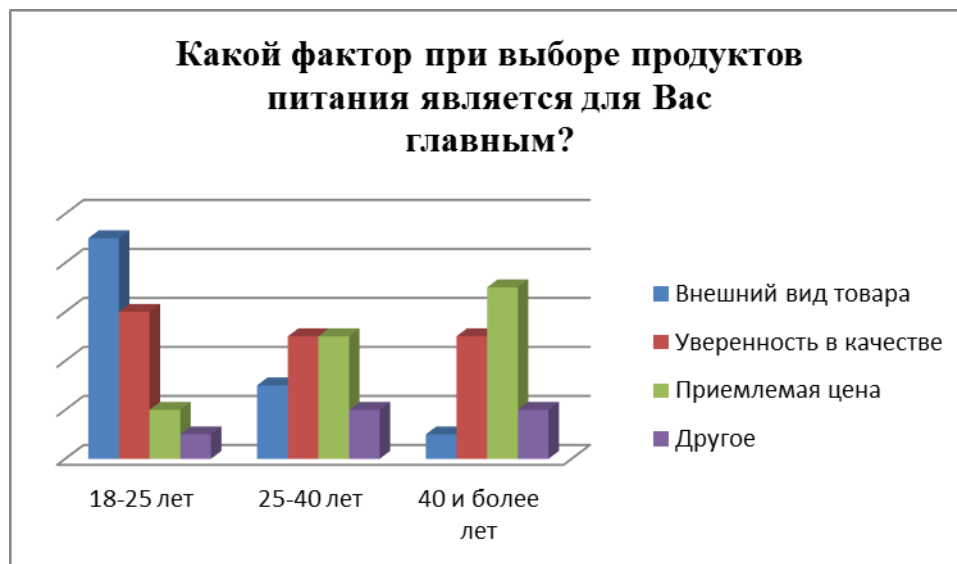


**Рисунок 2. Отношение потребителей к отечественным аналогам**

Как видно из диаграммы (рис.2) большинство российских потребителей положительно относятся к замене импортных продуктов питания, попавших под экономические санкции, отечественными аналогами. Главными причинами недоверия отечественным производителя являются не всегда приемлемая цена на продукцию, неуверенность в качестве продукции и непривлекательная

упаковка товара. Также многие респонденты отметили, что некоторые виды морепродуктов и фрукты невозможно заменить отечественными аналогами.

Выбирая те или иные товары, потребитель руководствуется многими факторами.



***Рисунок 3. Главный фактор при покупке***

Как видно из диаграммы (рис. 3), выбор ключевого фактора при покупке продуктов питания зависит от возраста потребителя. Так потребители 18–25 лет больше обращают внимание на внешний вид товара, потребители 25–40 лет придают большее значение качеству и приемлемой цене, потребители 40 и более лет выбирают товары, ориентируясь на цену товара.

Подводя итог, хочется отметить, что, несмотря на отсутствие некоторых импортных продуктов питания на рынке, потребительская корзина россиян не сильно изменилась. Изменились только расходы в связи с увеличением курса доллара и, как следствие, падение спроса на некоторые виды продуктов питания.

Более того, большинство потребителей положительно относятся к замене импортных продуктов питания, попавших под экономические санкции и склонны доверять отечественному производителю.

Однако некоторые российские товары ещё проигрывают по качеству импортным аналогам. Российским производителям необходимо внедрять новые технологии для улучшения качества продукции, устанавливать приемлемую цену на свой товар и устранять недостатки, тогда спрос на отечественную продукцию увеличится.

Ориентация на российского потребителя, изучение различных потребностей и запросов поможет российским компаниям выработать новые стратегии в условиях импортозамещения, что позволит повысить уровень отечественного производства и улучшить экономику страны в целом.

### **Список литературы:**

1. Алешина И.В. Поведение потребителей. – М.: Экономистъ. 2006. 209с.
2. Демидов А.М. Исследование поведения потребителей в условиях кризиса. // Маркетинг в России за рубежом. 2009. №2 С.1–8.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: ИМА-Кросс. Плюс. 1995. 699с.
4. URL:[https://ru.wikipedia.org/wiki/Импортозамещение\\_в\\_России](https://ru.wikipedia.org/wiki/Импортозамещение_в_России) (Дата обращения: 08.04.2016).
5. URL:[https://ru.wikipedia.org/wiki/Российское\\_продовольственное\\_эмбарго2014\\_года](https://ru.wikipedia.org/wiki/Российское_продовольственное_эмбарго2014_года)(Дата обращения: 08.04.2016).

## СЕКЦИЯ 6. МЕНЕДЖМЕНТ

### ВЫБОР МЕТОДА ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО УЧАСТНИКА В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

*Авилов Игорь Александрович*

*магистрант Санкт-Петербургского государственного университета,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

*Ткачев Вадим Александрович*

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.  
Санкт-Петербургского государственного университета,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Одной из основных трудностей, связанных с решением проблем по выбору метода определения наиболее эффективного участника в системе распределения организации, является сложность связи между их качественными и количественными свойствами. Поскольку посредники довольно часто характеризуются наличием набора часто противоречивых и неоднозначных характеристик: по одним параметрам предполагаемый участник значительно снижает свою привлекательность, а по другим выгодно превосходить.

Еще одной проблемой является осуществления отбора посредников единолично, чаще всего в организациях стратегические решения по вопросу определения их состава осуществляется одним лицом – генеральным директором. Так как у большинства сотрудников компании наблюдается отсутствие необходимого опыта взаимодействия с потенциальными и текущими посредниками, что объясняет наличие вышеназванной проблемы. Обычно менеджеры фактически осуществляют сопровождение заключенных сделок и обслуживание поступающих заявок от уже имеющихся контрагентов. При принятии решения по выбору того или иного участника в системе распределения требуется сбор информации по различным аспектам

деятельности анализируемой организации, которыми занимаются различные отделы [1, с. 19].

При передаче некоторых звеньев сети цепочек поставок контрагентам существует возможность потери контроля над ценами, но в свою очередь наблюдаются и положительные стороны, такие как: высвобождение ресурсов на производство, распределяется ответственность, так как включение их в канал связано с принятием на себя этими участниками определенных рисков. Необходимо сохранить за собой воздействие на цены как можно на более протяженных участках логистической цепи поставок.

Принимая решения о привлечении посредников, появляется проблема при выборе того или иного участника канала распределения среди существующих альтернативных вариантов.

Данную проблему можно решить применением метода совместного анализа, при котором наблюдается логическая несовместимость значений анализируемых параметров, выраженных в разнотипных параметрах, что существенно повышает сложность проведения последующей математической обработки данных.

Определение коэффициентов важности критериев и привлекательности наиболее эффективного участника в системе распределения организации предлагается осуществлять методом анализа иерархий, который является систематической процедурой для иерархического представления элементов. Метод заключается в декомпозиции цели на все более простые составляющие части и дальнейшей обработке суждений эксперта, принимающего решение, по парным сравнениям. В результате может быть выражена относительная степень взаимодействия элементов в иерархии, после чего эти суждения выражаются численно.

Метод парных сравнений предлагается осуществлять по следующему алгоритму. Во-первых, определение критериев привлекательности посредника. Каждый из посредников характеризуется различными характеристиками и при выборе конкретного участника канала необходимо сосредоточиться

на определенных критериях, которые должны быть отмечены количественной оценкой. Предлагается сравнительная таблица, где по строкам указываются факторы привлекательности участника, а по столбцам данные анализируемого участника.

Возможны следующие критерии участников в системе распределения, которые представляют интерес для производителя: охват рынка; обработка заказов; оформление и сопровождение транзакций; поддержание товарных запасов; сбор информации о рынке; обеспечение доступности товара; поддержка клиентов; обеспечение удобства ассортимента; дробление партий товаров; финансирование распределения; кредитование покупок; обслуживание покупателей; разработка и поддержка программы мерчендайзинга; формирование новых потребителей и т.п.

Во-вторых, установление коэффициентов важности каждого из критериев методом парных сравнений с проверкой согласованности матрицы парных сравнений.

Для выполнения данного этапа предлагается применение экспертных методов оценки. На данный момент, в практике современного управления существенную роль играет использование экспертных оценок, что связано с увеличивающейся частотой их использования в системе научных средств развития теории принятия управленческих решений.

Экспертное исследование является основным способом решения сложной задачи комплексной оценки влияния разнотипных критериев на результат, поскольку именно оно позволяет учесть одновременное влияние большого числа несопоставимых факторов, сформировать разносторонний взгляд на объект исследования и принять обоснованное управленческое решение по конкретному вопросу [4, с. 2]. Однако указанные методы обладают рядом таких значимых недостатков как субъективизм полученных результатов и сложность поиска квалифицированных экспертов.

Объективность значений критериев привлекательности альтернативных участников подтверждается значительным упрощением задач, стоящих перед



экспертом: требуется попарно сравнивать посредников по очередному критерию привлекательности, в то время как наиболее часто используемый метод рейтинговых оценок требует давать оценки, учитывая все выбранные параметры, и сравнивая показатели очередного посредника с идеальными значениями, которые в реалиях могут быть даже и недостижимы.

Компетентность предлагается оценивать показателем количественной согласованности, названным Томасом Саати индексом согласованности (ИС) [2, с. 122].

$$ИС = \frac{\lambda_{max} - N}{N - 1} \quad (1)$$

где: ИС - индекс согласованности;

$\lambda_{max}$  – максимальное собственное число матрицы;

$N$  – размерность матрицы.

В-третьих, расчет коэффициентов привлекательности анализируемых посредников по каждому критерию привлекательности. Для снижения общей трудоемкости названного подхода предлагается эксперту в случае несогласованности текущей оценки с уже введенными предлагать скорректировать либо ранее введенное значение, либо текущее, что существенно упростит применимость метода и повысит вероятность получения согласованной матрицы.

Последним этапом является расчет итоговой привлекательности посредников, способом анализа матриц парных сравнений.

Метод парных сравнений позволяет проводить сравнение как качественных, так и количественных показателей, что значительно повышает его ценность для решения обозначенных задач. Проведенный анализ позволил заключить, что наиболее точным для определения значимости факторов является предложенный метод анализа иерархий, для определения весовых коэффициентов при согласовании результатов, поскольку он основан на использовании попарного сравнения [3].

Также при использовании метода парных сравнений проблема определения фактических значений посредников по выбранным критериям

исчезает сама собой, так как эксперт оценивает различие или относительную привлекательность по очередному фактору, что приемлемо для разномасштабных данных разного типа. Одновременно метод парных сравнений допускает участие узкоспециализированных экспертов для оценки ценности посредников по некоторому критерию.

### **Список литературы:**

1. Годлевский М.Д. Технология формирования системы организационного управления логистикой дистрибуции при стратегическом планировании / М.Д. Годлевский, А.А. Станкевич, И.М. Годлевский // Восточно-Европейский журнал передовых технологий – 2012. –19 с.
2. Киселев И.С. Аналитический метод доопределения кратных предпочтений в матрице парных сравнений / И.С. Киселев // Прикладная дискретная математика – 2011. – 122 с.
3. Фоменко А.Н. Вариант практического применения метода анализа иерархий при согласовании результатов расчета в процессе оценки – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://anf-ocenka.narod.ru/35.pdf>.
4. Шабаева Ю.И. Групповая экспертная оценка значимости факторов на основе использования метода парного сравнения / Ю.И. Шабаева // Инженерный вестник Дона – 2014. 2 с.

## **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ПАО АНК «БАШНЕФТЬ»**

*Аксаниченко Наталья Анатольевна*  
*студент Экономического факультета*  
*Санкт-Петербургского государственного университета,*  
*РФ, г. Санкт-Петербург*

*Судова Татьяна Леонидовна*  
*научный руководитель, д-р экон. наук, проф. Экономического факультета*  
*Санкт-Петербургского государственного университета,*  
*РФ, г. Санкт-Петербург*

ПАО АНК «Башнефть» является динамично развивающейся российской вертикально-интегрированной нефтяной компанией. По итогам 2014 года она занимала шестое место по объему добычи нефти и четвертое по объему первичной переработки среди нефтяных компаний России[8].

Компания осуществляет добычу нефти с 1932 года, является одной из старейших нефтяных компаний России. Ее ресурсная база расположена в трех основных нефтедобывающих регионах России: Волго-Уральская провинция, Тимано-Печора, Западная Сибирь. В промышленной эксплуатации находится более 170 месторождений, добывается более 17 млн. тонн нефти в год, перерабатывается более 20 млн тонн. Розничная сеть «Башнефть» по состоянию на 31.12.2014 насчитывает 802 АЗС (собственных и партнерских), расположенных в 27 регионах Российской Федерации. Компания имеет мощный научный потенциал, многолетний опыт разработки и внедрения передовых технологий разведки и добычи нефти. Также у компании высокие показатели доходности для акционеров — за период 2009 — 2014 гг общая сумма дивидендных выплат составила 179,1 млрд. руб. [1, с.6].

Руководство компании считает, что долгосрочное и устойчивое развитие компании находится в непосредственной зависимости от того, какую позицию она занимает в отношении корпоративной социальной ответственности. С 2010 года «Башнефть» входит в Социальную Хартию российского бизнеса,

что подтверждает намерение компании следовать основополагающим принципам ответственной деловой практики.

Социальная политика ПАО АНК «Башнефть» строится на фундаменте ответственности и реализуется с учетом интересов всех заинтересованных сторон и через ответственное поведение по отношению к ним.

Максимальное внимание компании к вопросам охраны труда, промышленной безопасности, экологии и социальной ответственности отражает структура управления в области корпоративной социальной ответственности в ПАО АНК «Башнефть» отражает (Рис. 1).



**Рисунок 1. Структура управления в области корпоративной социальной ответственности в ПАО АНК «Башнефть»**

Источник: Официальный сайт ПАО АНК «Башнефть»  
<http://www.bashneft.ru/development/responsibility/>.

Согласно исследованию, проведенному автором, цели и содержание благотворительной деятельности компании в ПАО АНК «Башнефть» определяют топ-менеджмент и руководитель подразделения, отвечающего

за реализацию благотворительной деятельности (в ПАО АНК «Башнефть» это Департамент корпоративных коммуникаций) [6, с.77-78].

Вопросы, связанные с охраной труда, промышленной безопасности, экологии и социальной ответственности, относятся к компетенции одноименного Комитета.

Целью деятельности Комитета является выработка рекомендаций для Совета директоров Общества по вопросам:

- экологической политики Общества и природоохранным мероприятиям;
- эффективности использования природных ресурсов и электроэнергии;
- предотвращения техногенных аварий;
- промышленной безопасности;
- охраны труда;
- социальной ответственности [2, с.2–3].

Основной задачей Комитета является обеспечение контроля над ходом выполнения мероприятий в области охраны труда, промышленной безопасности, экологии и социальной ответственности для реализации стратегии, и задач компании в этой области.

За реализацию благотворительных проектов отвечает Департамент корпоративных коммуникаций, входящий в Блок корпоративных коммуникаций и взаимодействия с органами власти [6, с.77–78].

Активное участие в благотворительной деятельности в регионах присутствия является важной составляющей устойчивого развития компании. Основными формами реализации благотворительной деятельности ПАО АНК «Башнефть» являются:

- реализация собственных благотворительных программ компании;
- участие в программах, реализуемых органами власти, на различном уровне;
- поддержка программ корпоративного волонтерства и сбора частных пожертвований сотрудников;
- финансирование мероприятий по запросам организаций[8].

Благотворительная деятельность в компании регламентируется рядом внутренних документов, соответствующих российскому, а также применимому международному законодательству:

- Устав ПАО АНК «Башнефть»;
- Этический кодекс ПАО АНК «Башнефть»;
- Политика «О корпоративной социальной ответственности ПАО АНК «Башнефть»;
- Антикоррупционная политика ПАО АНК «Башнефть»;
- Регламент процесса «Организация благотворительной деятельности ПАО АНК «Башнефть»;
- Положение «О Комиссии по благотворительности ПАО АНК «Башнефть»;
- Соглашения с региональными и местными администрациями об участии Компании в социально-экономическом развитии регионов.

«Башнефть» развивает следующие направления социальной ответственности перед обществом в регионах присутствия:

- Развитие региональной и местной инфраструктуры;
- Безвозмездная помощь регионам при чрезвычайных ситуациях;
- Реализация долгосрочных программ поддержки образования и спорта;
- Участие в жизни сообществ [7, с. 108–109].

В рамках деятельности по развитию регионов присутствия и реализации благотворительных проектов компания следует следующим приоритетным задачам:

- повышение качества жизни в регионах присутствия;
- формирование благоприятной социальной среды для реализации стратегических целей бизнеса и повышения капитализации компании;
- выявление первоочередных социальных задач, требующих решения, путем тесного сотрудничества с администрациями регионов присутствия;

- повышение доверия к компании и укрепление ее репутации в глазах общества;

- гармоничное развитие диалога и сотрудничества в отношениях между компанией и основными заинтересованными сторонами из числа представителей местных сообществ;

- реализация экологических проектов, нацеленных на улучшение состояния окружающей среды.

Деятельность ПАО АНК «Башнефть» руководствуется следующими принципами развития регионов присутствия и благотворительности [6, с.80]:

- деятельность компании должна закладывать основы для будущего благополучия общества;

- прозрачность и публичность благотворительной деятельности должны создавать предпосылки для распространения передовых и эффективных форм филантропической деятельности;

- внедрение эффективных механизмов в распределение средств для благотворительных проектов является основой для распространения лучших практик;

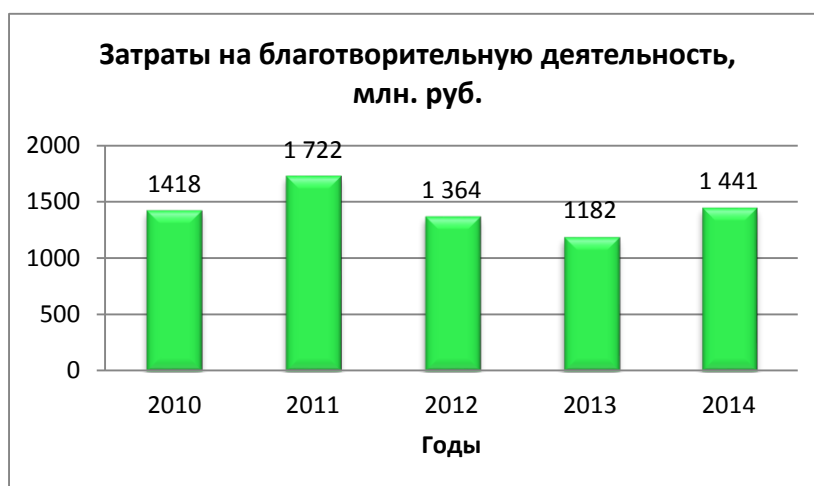
- социальные благотворительные проекты, в реализацию которых вовлечены сотрудники, являются дополнительным инструментом кадровой политики;

- компания ориентируется на долгосрочную перспективу и инвестирует средства в общественно значимые проекты.

Проекты компании в сфере благотворительности и устойчивого развития регионов можно разделить на две условные группы. Первая группа предполагает участие в благотворительных проектах и программах, имеющих реальную эффективность в достижении общественно значимых целей и позитивно влияющих на деловую репутацию Общества как социально ответственного корпоративного гражданина. Проекты второй группы направлены на участие в образовательных, научных, инновационных проектах

и программах в целях пополнения кадрового резерва и для укрепления репутации Общества как наиболее привлекательного работодателя.

По данным исследования, проведенного автором, бюджет компании на благотворительную деятельность планируется в виде фиксированной суммы на год. В 2014 году он составил 1 441 млн. рублей (рис. 3.).



*Рисунок 3. Затраты ПАО АНК «Башнефть» на благотворительную деятельность за 2010–2014 гг. млн. руб.*

Источник: Составлено автором по Отчетам по устойчивому развитию ПАО АНК «Башнефть» за 2010–2014 гг.

Компания продолжает совершенствовать систему управления и функционирования благотворительного финансирования для повышения эффективности расходования средств.

В 2014 году была проведена работа по совершенствованию и повышению эффективности системы благотворительной деятельности в компании на основании выводов, сделанных по результатам благотворительной активности в 2013 г. В частности, были осуществлены следующие изменения:

- внедрен Регламент процесса «Организация благотворительной деятельности ПАО АНК «Башнефть», определяющий ключевые направления и принципы благотворительной деятельности Общества, порядок рассмотрения поступающих запросов об оказании благотворительной помощи и критерии



принятия решений по ним, порядок исполнения решений об оказании благотворительной (спонсорской) помощи [7, с.115];

- внедрены антикоррупционные требования в части принятия решений об оказании благотворительной помощи, благополучателей, направлений и форм предоставления такой помощи, а также предоставления благополучателями отчетов о целевом использовании пожертвований;

- принято решение о концентрации на участии в благотворительных проектах в формате полного финансирования.

### **Список литературы:**

1. Годовой отчет ПАО АНК «Башнефть» за 2014 год URL: [http://www.bashneft.ru/files/iblock/faa/3\\_Godovoj\\_otchet\\_za\\_2014.pdf](http://www.bashneft.ru/files/iblock/faa/3_Godovoj_otchet_za_2014.pdf) (Дата обращения: 11.04.2016).
2. Положение о Комитете по охране труда, промышленной безопасности, экологии и социальной ответственности Совета директоров ПАО АНК «Башнефть» URL: [http://www.bashneft.ru/files/iblock/55b/07%20Prilozhenie\\_Polozhenie%20HSE%20clean.pdf](http://www.bashneft.ru/files/iblock/55b/07%20Prilozhenie_Polozhenie%20HSE%20clean.pdf) (Дата обращения: 12.04.2016).
3. Отчет об устойчивом развитии ПАО АНК «Башнефть» за 2010 год URL: [http://www.bashneft.ru/files/iblock/125/God\\_SOC\\_otchet\\_all%20t3x.pdf](http://www.bashneft.ru/files/iblock/125/God_SOC_otchet_all%20t3x.pdf) (Дата обращения 11.04.2016).
4. Отчет об устойчивом развитии ПАО АНК «Башнефть» за 2011 год URL: [http://www.bashneft.ru/files/iblock/278/KSO\\_2011.pdf](http://www.bashneft.ru/files/iblock/278/KSO_2011.pdf) (Дата обращения: 11.04.2016).
5. Отчет об устойчивом развитии ПАО АНК «Башнефть» за 2012 год URL: [http://www.bashneft.ru/files/iblock/8bc/OYS\\_2012\\_final.pdf](http://www.bashneft.ru/files/iblock/8bc/OYS_2012_final.pdf) (Дата обращения: 11.04.2016).
6. Отчет об устойчивом развитии ПАО АНК «Башнефть» за 2013 год URL: [http://www.bashneft.ru/files/iblock/6d6/OUR\\_2013.PDF](http://www.bashneft.ru/files/iblock/6d6/OUR_2013.PDF) (Дата обращения: 11.04.2016).
7. Отчет об устойчивом развитии ПАО АНК «Башнефть» за 2014 год URL: [http://www.bashneft.ru/files/iblock/faa/20150814\\_bn\\_our2014\\_rus\\_web.pdf](http://www.bashneft.ru/files/iblock/faa/20150814_bn_our2014_rus_web.pdf) (Дата обращения: 11.04.2016).
8. Официальный сайт ПАО АНК «Башнефть» URL: <http://www.bashneft.ru/> (Дата обращения: 12.04.2016).

## СЕКЦИЯ 7. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

### ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

*Катаева Элита Магомедовна*

*студент ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»,  
РФ, Чеченская Республика, г. Грозный*

*Башлаева Румиса Хас-Магомедовна*

*студент ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»,  
РФ, Чеченская Республика, г. Грозный*

*Даикова Елена Валерьевна*

*научный руководитель, канд. филос. наук, доц.  
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»,  
РФ, Чеченская Республика, г. Грозный*

В Чеченской Республике в последние годы стал динамично развиваться туризм. Сильными сторонами развития туризма в Чечне являются следующие факторы:

- Улучшающийся имидж Республики;
- Географически выгодное положение;
- Экологическое благополучие горной территории Республики;
- Большое количество национальных культурных объектов туристского показа;
- Значительный и уникальный природно-рекреационный потенциал района; [1, с.193].

Основу туризма в Чеченской Республике составляют природные ресурсы.

Понятие «природные ресурсы» достаточно широкое. Это прежде всего, природные объекты, используемые для создания материальных благ. Природа всегда сильно влияла на жизнь людей. По основным признакам, природные ресурсы подразделяются на водные, растительные и атмосферные. По степени

исчерпаемости природные ресурсы классифицируются на: энергетические, почвенные, недра, животные ресурсы. К исчерпаемым – относятся те, которые могут закончиться в будущем. К ним относятся ресурсы живой природы и недр. Ресурс обычно считают исчерпанным тогда, когда его добыча и использование становится экономически невыгодным. Это зависит прежде всего от уровня технологий. В других случаях использование ресурса происходит вплоть до полного исчерпания. Например, истребление отдельных видов животных, рыб и растений. К неисчерпаемым ресурсам относятся ресурсы, которые можно использовать очень долго. Это сила ветра, солнечной энергии, морских приливов т.д. Особое же положение среди ресурсов имеет вода. Она исчерпаема качественно, но неисчерпаема количественно.

Природные условия и ресурсы Чеченской Республики разнообразны и богаты. Основные виды минеральных (извлекаемых из недр) ресурсов республики – это нефть и газ, месторождения которых приурочены к мезозойским и кайнозойским осадочным отложениям. Особенно крупные месторождения нефти расположены в городе Грозный и вокруг него – Старогрозненское, Октябрьское месторождения, на Сунженском и Терском хребтах, в Черных горах и на Чеченской равнине. Это Даттыхское, Бенойское, Мескетинское, Гудермесское, Эльдаровское, Правобереженск, Горячеисточненское Брагунское месторождения. Всего в Чеченской республике более 20 разведанных месторождений нефти и два, на которых ведется разведка – это Ильинское и Лесное месторождения.

На сегодняшний день в Чеченской Республике разведаны и выявлены месторождения минеральных вод, цементного сырья, газа, нефти.

Суммарная добыча нефти с начала разработки месторождений составляет около 377,4 тыс. тонн [3]. Поэтому, на сегодняшний день актуальна проблема возрождения нефтеперерабатывающих комбинатов.

На территории Чечни имеются большие запасы таких полезных ископаемых, как известняки, гравий, песок, строительные камни и глины, цементное сырьё и др.

В республике находятся два вида газовых месторождений. 18 из 20 разведанных месторождений нефти содержат и растворенный (попутный) газ – ценнейшее, еще более многокомпонентное сырьё для химической промышленности, чем сама нефть.

В горной части Чеченской республики имеются проявления бурого и каменного угля. Еще в далеком прошлом были известны залежи меди и золота в верховьях Чанты-Аргуна, а также сурьмяно-вольфрамовое месторождение с содержанием ниобия, олова и тантала в верховьях р. Шаро-Аргуна.

Недра республики богаты сырьем для строительной индустрии и природными строительными материалами [2, с.71-73].

Кроме того, Республика в целом и особенно Терско-Сунженский район, перспективна в отношении получения геотермической энергии. Ожидаемая температура – 160–340.

Обладает Чеченская республика и разнообразными рекреационными ресурсами.

Природные рекреационные ресурсы – это территории, которые обладают потенциалом, который позволяет использовать их для организаций различных видов отдыха. Территориальная концентрация рекреационных ресурсов способствует образованию и развитию рекреационных районов, определяет направления специализации этих районов и степень их экономической эффективности.

Рекреация находится на стыке природных и социально-экономических систем. При определении эффекта от развития рекреации необходимо учитывать природные, природоохранные, социальные и экономические факторы. Когда рекреация позволяет сочетать разные направления отдыха и достигать несколько целей, она дает максимальный эффект (например, одновременное сочетание оздоровительной, лечебной и культурно-просветительной деятельности).

Возможности и эффективность использования рекреационных ресурсов в большей степени зависят от природных условий и насыщения территории возможного рекреационного использования ценными объектами природного и культурного наследия.

Можно выделить следующие основные факторы, влияющие на вовлечение рекреационных ресурсов конкретной местности в использование:

1. транспортная доступность;
2. наличие водных акваторий, их качество и комфортность для использования;
3. наличие минеральных источников, лечебных грязей и других бальнеологических ресурсов;
4. живописность природных ландшафтов и их эстетические качества;
5. экологическое состояние природной среды в данной местности;
6. насыщенность местности объектами природного и культурного наследия;
7. климатические условия.

Чеченская Республика располагает всеми необходимыми ресурсами для развития туризма.

Прежде всего, это различие в климатических условиях районов Республики: лесные массивы, уникальные ландшафты, высокогорные озера, многочисленные реки, альпийские луга, расположенные в горной и высокогорной части Республики, создают все объективные предпосылки для развития в регионе туризма и рекреации.

Природные условия позволяют создать на территории республики крупные санаторно-курортные комплексы широкого профиля. Большое значение имеет также исторический потенциал, включающий городища, курганы, музей-заповедники, могильники. В частности, только на территории Аргунского музея-заповедника находятся около 600 памятников природы, истории, культуры, архитектуры и археологии, из которых более 170 объектов относятся к памятникам федерального значения. Наряду с другими известными

памятниками природы, Аргунский музей-заповедник объявлен объектом культурного и исторического наследия федерального значения.

Наличие в Республике благоприятных климатических условий и месторождений минеральных вод обуславливает развитие бальнеотерапии, грязелечения и климатотерапии. Лечебно-оздоровительный туризм в Чеченской Республике имеет два главных центра – Лечебно-оздоровительный профилакторий в п. Черноречье (Грозный) и Серноводский курорт.

Главным центром дайвинга в Чеченской республике является высокогорное озеро Казеной-Ам.

На сегодняшний день в Республике возрождаются такие экстремальные виды спорта, как парапланеризм и прыжки с парашютом. Традиционный парашютизм был особенно популярен в Чечено-Ингушской АССР благодаря аэроклубу ДОСААФ. Эти традиции сейчас восстанавливаются.

Наличие большого количества горных рек в регионе формирует предпосылки для развития экстремального туризма, связанного со сплавами. В настоящее время данный вид туризма развит на любительском уровне.

Центром спортивного туризма в Чеченской Республике являются Кавказские горы. Здесь практикуется пеший туризм, треккинг, альпинизм и многие другие виды экстремального спорта. С учетом строительства всепогодного горнолыжного курорта «Ведучи» в высокогорном Итум-Калинском районе Чеченской республике, данное направление туризма является одним из наиболее приоритетных. Этот горнолыжный курорт будет включать 19 трасс общей длиной более 46 км, пятизвездочный гостиничный комплекс на 400 мест, поселение из 20 горных шале, выполненных в стиле традиционных национальных вайнахских башен.

Таким образом, территория Чеченской Республики отличается разнообразием природно-климатических условий, обладает значительными природными, историко-культурными, лечебно-оздоровительными ресурсами для развития различных видов туризма.

В этой связи, одним из важных направлений социально-экономической стратегии Чеченской Республики является создание современной конкурентоспособной туристской индустрии.

### **Список литературы:**

1. Бетилгириев М.А. SWOT-анализ и определение стратегических приоритетов развития туризма в Чеченской Республике / М.А. Бетилгириев, М.С Гайрбеков // Terra Economicus. – №4-3. –Том 9. – 2011. – С.192–196.
2. Устаев А.Л. География Чеченской Республики. Природа, экология, социальная сфера, экономика: учебное пособие / А.Л. Устаев. – Нальчик: ООО «Тетраграф»,2012. – 176 с.
3. Чеченская Республика. Минерально-сырьевые ресурсы – [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства ресурсов и экологии Российской Федерации. – URL: <http://www.mnr.gov.ru/maps/?region=20>, свободный, (Дата обращения 10.03.2016)

## **ПРОБЛЕМА ЖИЗНИ И СМЕРТИ В ДУХОВНОМ ОПЫТЕ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА**

***Собанина Алена Владимировна***

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

***Федотова Людмила Фёдоровна***

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

Человеческая жизнь всегда являлась и является высшей, абсолютной ценностью всего людского населения. Прежде всего эта жизнь заключается в наличии в ней смысла. Смысл жизни раскрывает самое ценное значение в жизни человека, ее нравственную оправданность. В глубокой древности в сознании человека появились вопросы, связанные с пониманием смысла своего бытия и определением места человека в жизни. Кто я? Зачем я живу? Чего я хочу от жизни? Каждый человек размышляет над этими вопросами. В связи с этим у каждого человека появляется своя шкала ценностей, которая помогает ему найти свои ответы к поставленным вопросам. Проживая свою жизнь человек в конечном итоге сталкивается со своей смертью. Она подводит итог всей человеческой жизни. Воспринимаемость неминуемой смерти оборачивается для человека не как отвлеченная истина, а как сильное эмоциональное потрясение, которое затрагивает глубины его внутреннего мира.

Чувство растерянности и безнадежности подразумевает под собой первую реакцию, которая проявляется после осознания своей смертности. Как только человек, отягощенный знанием о предстоящей собственной смерти, преодолевает это чувство, то всю свою оставшуюся жизнь он начинает существовать. Это знание становится основой в последующем духовном развитии человека. И именно из-за этого возникают вопросы о смысле и цели жизни [1].

Из этого следует, что проблема жизни и смерти играет важную роль в сознании общества, прежде всего в философии и религии. Еще в глубокой древности возник интерес к этой проблеме и на протяжении всей философской



революции практически каждый философ размышлял над этой проблемой. Со временем в истории философии основались три подхода к пониманию смысла жизни: оптимистический, скептический и пессимистический.

Оптимистический подход к пониманию смысла жизни включает в себя признание жизни как наивысшей ценности и возможности ее опровержения. Оптимизм в подходе к пониманию смысла жизни настаивает обратить свое внимание в первую очередь к самой жизни, сфере основных человеческих желаний и интересов. Смысл жизни является получением максимума наслаждений. Именно так понимали вопрос гедонисты (такие как Аристипп и Эпикур). Гедонизм складывается в античности. Он отстраивает первенство потребностей индивида, свободу удовлетворения потребностей. Удовольствие – наивысшая ценность. Его получение возможно любыми средствами. В гедонизме различают теории, которые основаны на исключительно личном удовольствии как конечной цели действий и на теориях, согласно которым удовольствие как общее счастье является конечной целью действий. В то же время уже у античных авторов появляются различия в удовольствиях. Солон предупреждал: «Избегай удовольствий, несущих скорбь». Последователи Пифагора считали, что следует остерегаться любых наслаждений, ибо они отвращают от прекрасного и упорядоченного. Удовольствие, которое соотносится главным образом с чувственностью, воспринималось софистами как отход от пути добродетели. Несоблюдение меры в удовольствиях делает человека рабом своих желаний.

Скептический подход к пониманию смысла жизни связан с присутствием сомнения в смысле и значимости земного бытия. Вопрос о том, как правильно жить, скептицизм оставлял открытым, хотя скептиков называли «ищущими». Так, Секст Эмпирик, разделяя идею о блаженстве как отсутствии страданий, признавал, что полнота блаженства невозможна. «Цель скептика – невозмутимость в вещах, подлежащих нашему мнению, и умеренность в том, что мы вынужденно испытываем». Секст Эмпирик указал два критерия правильного поведения: необходимость по указаниям природы, т.е. пассивное

принятие всего и следование законам, нравам, заветам отцов. Цель скептика заключается в достижении беспрекословного пассивного подчинения, без попыток что-либо изменить. Скептицизм выражается в чрезмерной осторожности и подозрительности ко всему необычному и своеобразному; в бездействии, в боязни поступка, в отсутствии какой бы то ни было активности.

В развитии античной философии за счет представлений о жизни и смерти, образовалось два основных направления: материалистическое и религиозно-идеалистическое [2].

Последовательно проводимый философский материализм отвергает возможность иметь человеку личное физическое бессмертие, поэтому не оставляет ему надежду на «загробную жизнь». Из этого следует, что, при осмысленном принятии материалистического мировоззрения, человек совершает трудный шаг, который требует силы духа и личного мужества, того, что в философии называется стоицизмом. Из этого выходит, что человек отказывается от возможности утешения, хоть и иллюзорного. Трудность этого шага усложняется еще и тем, что накопленный человечеством нравственный опыт долгое время осмысливался в рамках религиозных систем, а знание обосновываемых ими моральных ценностей опиралось ссылками на суд и воздаяние, которые ожидают каждого после смерти. «Если Бога нет, то все дозволено», — говорил Иван Карамазов в произведении Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы» [1].

Материалистическое представление жизни и смерти отстаивали древнегреческие атомисты Эпикур и Демокрит. Они не признавали никакой другой реальности, кроме мира, в котором живет человек. Этот мир состоит из атомов и пустоты. После смерти душа распадается на атомы и прекращает свое существование так же, как и тело. В это же время Демокрит утверждал, что атомы наделены такими свойствами, как чувствительность и теплота. Они неуничтожимы, следовательно, неуничтожимы и атомы. Из этого вытекает, что после смерти человеческой души атомы не уничтожаются и способны войти

в состав новой души. В связи с этим Эпикур писал: «Смерти не надо бояться, ибо пока мы живы, ее еще нет, а когда она приходит — нас уже нет». [3]

Все материалистическое представление жизни и смерти сводится к реинкарнации.

Представители религиозно-идеалистического представления считают, что смерть является величайшей бессмыслицей жизни. Она представляет собой непреодолимое препятствие, стоящее на пути человеческих стремлений. Смерть трактуется как божественная кара за грех Адама - первого человека, а через него и наказание всех остальных людей. Одновременно с этим провозглашается возможность преодоления смерти, находящаяся в руках Бога. Привилегиями Бога являются смерть и бессмертие. Человеку остается только надеяться на его милосердие. Верой во всемогущество, неограниченной и необусловленной щедростью Бога снимается трагическое понимание человеческой смертности [4].

Религиозно-идеалистического взгляда на проблему жизни и смерти придерживались Сократ и Платон. Сократ считал, что подготовкой к вечной жизни после смерти является земная жизнь, которую человек должен достойно и безгрешно прожить. Платон, ученик Сократа, утверждал, что с помощью души смерть переходит в жизнь, как переходят все противоположности одна в другую. Он доказывает это следующим образом. Во-первых, из-за гибели души погибло бы все другое, и на земле наступила бы смерть. Во-вторых, освобожденная от тела душа, насыщается на неземном мире идеями красоты, добра, справедливости, и, следовательно, может распознавать их в земных вещах. Из учения Платона о бессмертии души вытекают определенные этические выводы. Люди были бы избавлены от наказания за свои проступки, если бы душа прекращала свое существование со смертью тела. На вечное блаженство в неземной жизни имеет право только благодетельная душа. Это является стимулом к воздержанной и благодетельной жизни. Античные философы утверждают, что учение Платона было очень влиятельным. Познакомившись с диалогами «Тимей», «Федр» и «Федон», многие люди

приходили к выводу о немедленном завершении своей жизни, чтобы скорее очутиться в дивном мире идей. Религиозно-идеалистическое понимание проблемы жизни и смерти было намного выше христианского представления о бессмертии души. Религия представляет человеческую смерть как переход души из земной, греховной и плотской жизни в жизнь вечную и духовную.

В философии Возрождения и Нового времени смыслом человеческой жизни является не стремление к бессмертию, а возможность достижения счастья в земном мире на основе преобразования реальной действительности и рационального познания. Философы Нового времени не обращали особого внимания теме смерти. Они думали, что после смерти судьба души является предметом не науки, а религии.

Очень своеобразны подходы к проблеме жизни и смерти в творчестве русских мыслителей. Они заключаются в том, что люди стремятся к богочеловеческому существованию после своей смерти. Это существование проявляется в бессмертии личности, которое мыслимо только через воскресение души. После воскресения человек предстает перед Богом, который определяет его дальнейшую судьбу. Таким образом, целью человеческой жизни является обожествление и движение к вечной жизни, которую необходимо заслужить на протяжении земного существования. Смысл же жизни в работе В. С. Соловьева «Оправдание добра», заключается в обретении блага. Именно добродетели и достойные, по мнению Бога, люди могут обрести вечную и беззаботную жизнь в Раю.

В XIX в. В понимании смысла жизни происходит резкий поворот в сторону мировоззренческого пессимизма. Пессимистический подход состоит в нигилистическом отрицании какого-либо смысла в жизни. Жизнь воспринимается как бессмысленная череда страданий, зла, болезней и смерти.

Основоположник «философии жизни» А. Шопенгауэр в своей работе «Мир как воля и представление» свидетельствовал, что человеку только кажется, что его жизнь является истинным существованием. На самом деле вечным и подлинным существованием наделена лишь мировая воля, т.е. начало и конец

быстротечных индивидуальных существований. В стремлении к счастью заключается смысл жизни каждой индивидуальной воли. Но жизнь никогда не сможет дать полного удовлетворения желаний и это закладывает в человеке негативное отношение к самой жизни [5].

До середины XIX века все философские направления утверждали, что у человечества должна быть своя цель. Этой целью могло быть все, что угодно человеку. Например, развитие природы, бог, внутренне спокойствие личности или даже совсем не обнаруженная цель. И только у Шопенгауэра встречается новый философский мотив, что цели у жизни не существует вообще, что она является бездушным движением, которое лишено цели. Воля – это слепой импульс, а так как импульс действует без цели, то никакого успокоения найти невозможно. Это заключается тем, что человек постоянно испытывает чувство неудовлетворенности. Из этого вытекает, что жизнь состоит из совокупности мелких забот, а человеческое счастье недостижимо. Человек сгибается под тяжестью жизненных нужд. Он постоянно живет под угрозой смерти, страшась ее [6].

Человек сильнее чувствует, что он живет тогда, когда сталкивается со страданиями, а чувство удовлетворенности, наоборот, усыпляет ощущение жизни. Поэтому Шопенгауэр в другой, не менее известной, работе «О ничтожестве и горестях жизни» писал: «наше существование счастливее всего тогда, когда мы его не замечаем, отсюда следует то, что лучше было бы совсем не существовать». По его мнению, люди преувеличивают свой страх перед смертью. Страх смерти появляется из-за представления, будто «я» исчезнет, а мир продолжит свое существование. На самом деле, по мнению Шопенгауэра, наоборот: мир, существующий в нашем представлении, исчезает, а воля, являющаяся основой человеческой жизни, – остается. Так как воля неуничтожима. Смерть не является полным исчезновением. Она лишь прекращает существование человека, но не существования всего рода или вида. Природа заботится о сохранении рода, а не индивида – и в этом решение проблемы жизни и смерти [5].

Таким образом, по мнению Артура Шопенгауэра, вся наша жизнь состоит из страданий. Человеческое счастье остается на втором плане. Поэты и Писатели, Музыканты и Режиссеры очень часто в своих творениях затрагивают тему человеческих страданий. Благодаря им мы можем видеть, слышать и чувствовать людское горе. Я думаю, каждый человек заметил, что о счастье говорят самую малость, а о горестях и несчестьях могут говорить часами. Как будто, люди зависимы от страданий. Нам интересны страдания других. Мы испытываем сострадание к несчастью окружающих нас людей. Мы жалеем себя, упиваясь своими страданиями. Страдание – это слово, которое сопровождает человека на протяжении всей его жизни.

Человек размышляет над своей жизнью именно тогда, когда он несчастен. Люди стремятся обрести счастье в своей жизни, но тут же жалуются на свои горести. Как говорил Шопенгауэр: «страдание никогда не уничтожается будущими радостями: ведь они так же наполняют свое время, как оно – свое»

Следовательно, человек никогда не избавится от своих страданий, и поэтому он никогда не будет по-настоящему счастлив, а счастье практически у всех является смыслом жизни. Исходя из вышесказанного Шопенгауэр утверждал верно, что смысла в жизни, как такового, нет.

Его позиция помогает посмотреть современным людям на многие привычные вещи, с другой стороны. Практически все людское население смотрит на жизнь с неким оптимизмом, хранит в себе веселые и радостные моменты, надеется только на лучшее и стремится к счастью. Но Артур Шопенгауэр представляет нам пессимистическую картину жизни, тем самым дает нам возможность сбросить с глаз «слащавую», опьяненную счастьем пелену и взглянуть на мир с более жестокой стороны, обреченной на страдания. Это дает нам понять, что жизнь не является сказкой, где нет невзгод и несчастий. Жизнь наполнена и горестями, которые нужны нам, чтобы стать сильнее. Они помогают нам выявить всю сущность людской жизни и понять, что является «хорошо», а что «плохо».

Мифология, искусство, религиозные учения и различные философские направления занимаются поисками решения этой проблемы. Мифология и религия обычно стремятся навязать и продиктовать человеку его определенные решения. В отличие от них философия же направляет прежде всего к разуму человека и дает понять, что человеку нужно самостоятельно искать ответы на поставленные вопросы, опираясь на собственные духовные усилия. Философия помогает ему накапливать и анализировать предшествующий опыт человечества [7].

Чтобы найти ответы на поставленные вопросы, необходимо в первую очередь жить, а не существовать. Австрийский психиатр и психолог В. Франкл в книге «Человек в поисках смысла» говорит, что для того чтобы жить и активно действовать, человек должен верить в смысл, которым обладают его поступки.

Жизнь человека наполняется смыслом, становится содержательной, достойной человека тогда, когда она полезна другим, когда человек с удовольствием и полной самоотдачей занимается своим делом, когда его существование проникнуто нравственным добром и справедливостью. Осознать смысл своей жизни – значит, найти свое «место под солнцем».

Как считал Шопенгауэр, стимулом к нахождению смысла жизни является смерть. Обреченность человека на смерть помогает делать людям добро, чтобы оставить о себе светлую память потомкам.

Таким образом, по словам А. Шопенгауэра, люди, возможно, даже не стали бы философствовать, если бы не было смерти. Смерть, следовательно, выступает как «вдохновительница» философии. Только факт смерти ставит вопрос о смысле жизни. Жизнь в этом мире имеет смысл именно потому, что есть смерть. Именно исчезновение заставляет человека искать смысл своего быстротечного существования. “Memento mori”, что в переводе «помни о смерти» является старинным латинским изречением, которое напоминает о скоротечности сущего. Смысл же связан с концом. И если бы не было конца, т.е. если бы была дурная бесконечность жизни, то смысла в жизни не было бы.

Значит, жизнь бессмертная и вечная оказывается достижимой лишь через смерть. Платон учил, что философия есть не что иное, как приготовление к смерти. Но беда лишь в том, что никто не знает, в том числе и философия, как нужно умереть и победить смерть.

### **Список литературы:**

1. Фролов И.Т. / Введение в философию: Учеб. пособие для вузов//Авт. колл.: Фролов И.Т. и др. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Республика, 2003. - 623 с.
2. Проблема жизни, смерти и бессмертия в духовном опыте человечества – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.ru/10\\_121978\\_problema-zhizni-smerti-i-bessmertiya-v-duhovnom-opite-chelovechestva.html](http://studopedia.ru/10_121978_problema-zhizni-smerti-i-bessmertiya-v-duhovnom-opite-chelovechestva.html) (Дата обращения: 06.04.16).
3. Проблема жизни и смерти в духовном опыте человечества – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stud24.ru/philosophy/problema-zhizni-i-smerti-v/66393-215093-page1.html>.
4. Рябоконт Н.В./Философия, [Текст], учебно-методический комплекс для студентов дневной и заочной форм обучения. - Минский институт управления; под общ. ред. д-ра философских наук, проф. Н.В. Рябоконтя. - Минск: МИУ, 2008. - 415 с.
5. Шопенгауэр, А. / Афоризмы и максимы. – Издательство Ленинградского университета, 1991. – 288 с.
6. Философия жизни А. Шопенгауэра – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://works.doklad.ru/view/6XWBJYbk\\_yA.html](http://works.doklad.ru/view/6XWBJYbk_yA.html)
7. Проблема жизни и смерти в духовном опыте человека – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xreferat.com/104/2302-1-problema-zhizni-i-smerti-v-duhovnom-opyte-cheloveka.html>.



## СЕКЦИЯ 8. ЭКОНОМИКА

### КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

*Андриевская Людмила Сергеевна*  
студент, экономический факультет,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург

*Сопин Вадим Станиславович*  
научный руководитель, канд. экон. наук, доц., экономический факультет,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург

Концепция корпоративной социальной ответственности получила своё широкое распространение в России относительно недавно. При этом характерной особенностью становления в настоящее время является то, что в большинстве своем реализацией социальной деятельности занимаются представители крупного бизнеса. Представители же мелкого бизнеса, как правило, ассоциируют корпоративную социальную ответственность исключительно с мероприятиями в сфере благотворительности [6, с.23]. В то время как крупный бизнес ориентирован на корпоративную социальную деятельность в трех основных сферах: социальной, экологической и экономической. Однако в настоящее время развитие концепций и практик корпоративной социальной ответственности даже крупными представителями бизнеса находится под угрозой ввиду сложной экономической ситуации, которая стала следствием отсутствия стабильности цен на энергоресурсы, а также введением ограничительных санкций против нашей страны. Для российских компаний значительными последствиями развернувшегося кризиса явилось снижение инвестиционной привлекательности, значительное падение платежеспособного спроса населения, а также отсутствие доступа к ряду иностранных рынков. Ввиду данных последствий многие компании стараются

максимально сократить свои издержки, пересмотрев основные статьи расходов. Корпоративная социальная ответственность выступает в качестве дополнительных расходов компании, при этом требуя достаточно высоких затрат. Исходя из этого, ряд исследователей считают, что КСО логически подпадает под сокращение, так как является излишним балластом. Но есть авторы, придерживающиеся другой точки зрения, которая выражается в том, что именно корпоративная социальная деятельность может обеспечить компании устойчивость и выживание в современных кризисных условиях.

Изучение мнения самих компаний, относительно вопроса реализации корпоративной социальной ответственности в кризисных условиях, возможно путем ретроспективного анализа, а именно обращения к информации о реализации программ в области социальной деятельности после кризиса 2008 года. По мнению ряда специалистов, кризис 2008 года привел к значительному снижению затрат компаний на корпоративную социальную ответственность. В среднем снижение оценивается в 70%. Однако экспертами отмечается ряд позитивных моментов, несмотря на данный показатель. Так, во-первых, проявился ряд компаний, реализующих социальную деятельность лишь поверхностно и ориентированных исключительно на получение позитивного имиджа. Декларации таких компаний о корпоративной социальной ответственности имели исключительно показной характер и на деле не подкреплялись никакими действиями. Кроме того кризис стал оправданием для сокращения затрат на КСО даже теми компаниями, которые на деле имели достаточное количество прибыли для его полноценного продолжения. Во-вторых, такое снижение затрат на корпоративную социальную деятельность обусловлено в первую очередь закрытием или сокращением финансирования благотворительных программ, причем реализуемых на федеральном уровне. Большинство же крупных проектов, влияющих на основные заинтересованные стороны, выделенные той или иной компанией, а также проектов, реализуемых на местном уровне, были сохранены и не подверглись сокращениям. Вместе с тем, кризис помог компаниям осознать насколько важна оценка

эффективности и качества проектов и направлений КСО, которые продвигаются компанией, несмотря на то, что ряд социальных проектов не несут в себе никакой коммерческой составляющей. Так, в докладе о тенденциях в сфере КСО в России, анализирующем последствия кризиса 2008 года и подготовленным национальным форумом корпоративной социальной ответственности, отмечается, что международные компании, имеющие большую практику в области реализации корпоративной социальной ответственности, в том числе и в кризисных условиях, периодически оценивают реализуемые социальные проекты и «программы, которые не удовлетворяют разработанным в компании внутренним критериям, включая оценку эффективности проекта и отчетную документацию, не получают дальнейшего финансирования» [1, с.12]. Кроме того в докладе отмечается, что заинтересованной стороной, на которой в большинстве своем отразился кризис 2008 года явились сотрудники компании. Снижение затрат на сотрудников проявлялось как путем увольнений наименее квалифицированных кадров, так и путем значительного сокращения заработной платы.

Таким образом, в современный кризис российские компании вступили уже имея некоторый опыт ведения корпоративной социальной ответственности в столь сложных условиях. Изучение ряда современных статей на данную тематику позволило нам выделить основные изменения в поведении компаний, а именно:

1. Стремление сохранить штатный персонал, а также социальные выгоды, получаемые сотрудниками;
2. Стремление сохранить социальные программы, реализуемые как на местном, так и на региональном уровне.

Анализируя первый пункт, отметим, что, безусловно, сокращение штата присутствует и в настоящее время, однако экспертами отмечается, что «если раньше в «трудные времена» компании урезали социальные пакеты, сокращали количество программ, отказывались от каких-то опций полностью, то сейчас

бизнес в основном стремится сохранить перечень социальных льгот для сотрудников» [5].

Сокращение финансирования и реализации социальных программ по состоянию на 2015 год оценивается в 20%, что является существенным достижением в сравнении с действиями компаний в кризис 2008 года. Сохранение социальных программ становится возможным благодаря реализации ряда методик. Одной из основных является создание партнерства с некоммерческой организацией. Данная методика активно реализуется горно-металлургической компанией «Норильский Никель» в рамках программы «Мир новых возможностей». Среди основных преград в реализации данной методики специалистами выделяются:

1. Отсутствие согласованного подхода и грамотного построения коммуникаций;
2. Неумение НКО донести свою значимость до бизнеса;
3. Недоверие, проявляемое обеими сторонами сотрудничества;
4. Недостаточность поддержки, осуществляемой со стороны государства (как законодательной, так и ресурсной) [5].

Вторым инструментом сохранения социальных программ является вовлечение сотрудников в реализацию данной деятельности. Исследователями отмечается, что данная методика пока что не получила широкого распространения у российских компаний, однако очень активно используется в своей деятельности международными.

Кроме указанных выше факторов необходимо отметить, что компании стали в большей степени ориентированы на долгосрочную перспективу. Это привело к тому, что ряд реализуемых программ заложен в долгосрочную стратегию развития компании, а значит, их прекращение может привести к гораздо более существенным потерям, нежели их реализация. Кроме того, прекращение программ может привести к потере репутации, которую очень легко потерять, но чрезвычайно сложно восстановить.

Предоставление корпоративной нефинансовой отчетности является одним из наиболее эффективных способов коммуникации с заинтересованными сторонами компании. Однако составление нефинансовой отчетности также несет в себе ряд достаточно существенных издержек, которые, как мы уже упоминали выше, компании стремятся сократить. Проанализируем статистику предоставления нефинансовой отчетности, которая отражена в данных Российского союза промышленников и предпринимателей. Согласно данным организации, в 2014 году было опубликовано 65 нефинансовых отчетов. Данный показатель ниже соответствующего в 2013 году на 12 пунктов [3, с.8]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что ряд организаций отказались от нефинансовой отчетности.

Подводя итог, можно сказать, что российские компании стремятся к тому, чтобы действия, реализуемые ими в рамках корпоративной социальной ответственности, не переставали быть одним из главных атрибутов их деятельности даже в кризисных условиях настоящего времени.

### **Список литературы:**

1. Доклад о тенденциях в сфере КСО в России в 2009 г. / Национальный форум корпоративной социальной ответственности. URL: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/12/12308.pdf> (Дата обращения: 9.04.16)
2. Инвестиции в социальный капитал особенно важны в кризис – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rg.ru/2015/04/07/investitsii.html> (Дата обращения: 10.04.16).
3. Корпоративные нефинансовые отчеты 2012-2014 годы выпуска: аналит. обзор, 2015, Российский союз промышленников и предпринимателей. – 14 с.
4. Кризис не заставил российские компании забыть о КСО – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://akmeinfo.ru> (Дата обращения: 08.04.16).
5. Социальная ответственность бизнеса: как сохранить КСО-программы в кризис – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://soc-otvet.ru/kak-sohranit-kso-programmy-v-krizis/> (Дата обращения: 12.04.16).
6. Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства: аналит. обзор, 2015, компания Новард. – 77с.

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ**

***Бер Анри Роиниевич***

*студент, экономический факультет,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

***Кизян Наталья Геннадьевна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц., экономический факультет,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Активное экономическое развитие России и внедрение рыночных механизмов привело к появлению и активному росту розничных сетевых магазинов различного формата. Представляя покупателю универсальный продуктовый ассортимент, данные предприятия заняли устойчивые стратегические позиции и ориентировались на формирование лояльности клиентов и повышение конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Одним из инструментов решения данной задачи является повышение эффективности организационной культуры.

Организационная культура современного предприятия - это совокупность норм, правил, традиций, ценностей, которые отражают позиционирование компаний на рынке и ее отношение к клиентам, партнерам, субъектам внешней и внутренней среды. Цель развития организационной культуры состоит в повышении уровня эффективности деятельности и конкурентоспособности предприятия, приспособлении его к изменениям внешней среды. Согласно данному подходу основное влияние на формирование организационной культуры производят лидеры организации (как современные, так и бывшие), а также внешняя среда организации, в том числе общечеловеческие и национальные традиции и ценности.

Также можно выделить ряд задач, которые решает компания, развивая свою организационную культуру:

- создание единых корпоративных стандартов управления и развития,

- определение своего отношения к субъектам внутренней и внешней среды,
- определение структуры и системы коммуникаций и формата межличностных отношений,
- формирование лояльности потребителей и партнеров,
- создание образа компании в сознании потребителей,
- развитие фирменного стиля,
- формирование лояльности и удовлетворенности сотрудников компании,
- обеспечение высокого уровня сервиса,
- повышение эффективности бизнес-процессов компании,
- повышение конкурентоспособности предприятия на рынке.

Высокая организационная культура торгового предприятия позволяет получать так называемую «управленческую прибыль», которую предприятие получит не через обновление технологий, оборудования, расширения ассортимента, а через использование интеллектуального капитала и таланта работников, лучшего согласования целей организации и ее подразделений, создание положительного имиджа торгового предприятия. Поэтому «формирование и развитие организационной культуры современного торгового предприятия должно быть представлено как программа развития организации для повышения, ее конкурентоспособности» [1, с.29].

Важно также сделать акцент на влиянии уровня организационной культуры на развитие именно торгового предприятия. Дело в том, что в данном отраслевом сегменте взаимодействие предприятия и конечного потребителя (покупателя) осуществляется более тесно. Магазин имеет возможность напрямую влиять на потребительское поведение, используя самые разнообразные механизмы. Широкий ассортимент, комфорт расположения и навигации торгового зала, высокий уровень сервиса, и дружелюбие персонала формируют удовлетворенность покупателя от процесса покупки и высокий уровень лояльности к компании. Именно это оказывает решающее значение

при выборе магазина в момент возникновения такой потребности. Однако, все вышеперечисленное невозможно без высокой организационной культуры.

В связи с вышеуказанным, многие западные и российские торговые предприятия активно используют инструмент развития организационной культуры с целью достижения стратегических показателей присутствия на рынке. Однако, следует отметить, что процесс формирования организационной культуры нельзя рассматривать в отрыве от других элементов развития внутренней среды предприятия и влияния внешних факторов воздействия на него.

Организационная культура находится в тесной взаимосвязи с другими элементами и субъектами организации как экономической и социальной системы. С одной стороны, управленческое воздействие организационной культуры в торговых предприятиях влияет на изменение таких ее элементов, как: организационная структура, организационная практика, организационное поведение и стиль руководства, организационные процессы, темпы развития организации, система критериев для поощрения работников, реакция руководителей на критические ситуации в организации, Критерии отбора назначения, продвижения и увольнения работников.

Управленческое влияние на организационную культуру в торговых организациях: кадровая политика, миссии и ценности организации, история возникновения и развития, опыт использования инструментов воздействия на потребителя, формальные положения философского существования организации: миссия, концепция, видение.

С другой стороны, все вышеуказанные элементы также оказывают свое воздействие на содержание и развитие организационной культуры. В то же время в сетевых розничных торговых предприятиях организационная культура имеет более выраженный социальный характер и направленность на ключевые ценности компании:

- обеспечение высокого качества сервиса, как в обслуживании клиентов, так и работы с персоналом,



- реализация мероприятий по формированию доброжелательных межличностных отношений и корпоративного духа,
- проведение мероприятий и мотивационных программ, направленных на формирование лояльности персонала к компании и повышение чувства удовлетворенности от работы в ней.

В связи с этим, крупные российские ритейлеры должны более активно развивать именно социальные аспекты развития организационной культуры, формировать благоприятные отношения в коллективе, инвестировать в развитие корпоративного духа, повышение лояльности персонала.

В случае несоответствия организационной культуры другим организационным системам возникают проблемные и кризисные ситуации в деятельности организации. Позитивное влияние на эффективность деятельности организации осуществляют эффективные организационные культуры, то есть такие культуры, которые являются «сильными», «стабильными», «позитивными» и имеют конкурентные преимущества. Отмеченные подходы могут быть полезны для решения ряда академических и прикладных задач, которые касаются изучения содержания и эффективности организационной культуры в деятельности торговых организаций.

Именно поэтому показатели эффективности организационной культуры находятся в зависимости от других показателей деятельности компании, как: эффективность организационной структуры, темпы прироста доходности компании и ее проектов, узнаваемость торговой марки компании, лояльность к торговой марки компании, лояльность к бренду компании как к работодателю,

прирост количества покупателей, увеличение среднего чека, увеличение спроса на дополнительные услуги, повышение уровня удовлетворенности сотрудников от работы в компании, эффективные коммуникации, высокий уровень сервиса, наращивание ресурсного потенциала предприятия.

Однако, в деятельности торговой организации могут возникать критические ситуации, когда культура перестает отвечать стратегии

организации, функциональному и морфологическому содержанию организации, структуре управления, функциям ее структурных подразделений. Это, соответственно, требует изменения организационной культуры с помощью специальных методов и технологий.

Безусловно, каждая компания по-своему претворяет в жизнь корпоративные принципы и организационную культуру. Однако, они постепенно приходят к пониманию того, что, начав внедрять и развивать корпоративную культуру, нельзя останавливаться на достигнутом, оставлять что-то на завтра, ведь в условиях динамично развивающейся бизнес-среды завтра начинается сегодня.

В процессе развития организационной культуры современные торговые предприятия сталкиваются со следующими проблемами:

- отсутствие методических разработок и универсальных стандартов по формированию организационной культуры,
- не понимание места организационной культуры в системе стратегических ориентиров и политики развития компании,
- низкий уровень вовлеченности персонала в процесс формирования организационной культуры,
- отсутствие опыта в применении методик развития организационной культуры,
- отсутствие ресурсов для развития организационной культуры,
- отсутствие методологии оценки эффективности развития организационной культуры.

Однако, следует отметить, что последняя из вышеперечисленных проблем является ключевой, так как именно от ее решения зависит будет ли готово предприятие прилагать усилия для решения всех остальных. Если компания научится осуществлять оценку влияния организационной культуры на достижение ключевых показателей развития компании, то это станет платформой для дальнейшего совершенствования всех организационных процессов и повышения ее конкурентоспособности.

Таким образом, организационная культура занимает важное место в структуре организации торговли и выполняет ряд существенных социально-экономических и социально-психологических функций. В зависимости от вида организационной культуры, их влияние на жизнедеятельности организации торговли может быть, как позитивным, так и негативным. Следовательно, изучение и анализ организационной культуры, ее эффективности, целесообразно осуществлять в контексте ее взаимодействия со всеми подсистемами организации и деятельностью торговой организации в целом.

Высокая организационная культура может быть более эффективной, чем любой формальный структурный контроль. В связи с этим нельзя не согласиться с позицией «чем сильнее организационная культура организации, тем меньше менеджменту нужно уделять внимание развитию формальных правил поведения, и тем больше вероятность эффективной деятельности работников» [4, с.42]. Организационная культура закладывается в подсознании работников и определяет стиль поведения работников.

Показатели эффективности организационной культуры в действительности достаточно сложно сформировать в универсальный комплекс, так как форматы и уровень развития компании существенно изменяют возможности для оценки. Чем больше масштаб предприятия и более развита организационная культура, тем шире область параметров и показателей ее оценки.

Тем не менее, важность процесса анализа и оценки эффективности организационной культуры нельзя недооценивать, так как он определяет вектор развития и параметры инвестиционной отдачи финансовых и организационных усилий торгового предприятия.

С целью проведения оценки эффективности организационной культуры торгового предприятия целесообразно применить комплексную методику диагностики и оптимизации на основе следующих блоков: эффективность управленческого воздействия организационной культуры на реализацию стратегии компании, символизм организационной культуры, нормативность организационной культуры, качество коммуникативно-управленческого

проявления организационной культуры, качество идентификационного проявления, качество материального проявления организационной культуры и качество процессно-поведенческих элементов.

Таким образом, организационная культура играет важную роль в обеспечении конкурентоспособности потенциала предприятия. Уникальность организационной культуры каждого торгового предприятия обуславливает целесообразность отнесения такого уровня культуры, при котором предприятие может без дополнительных затрат или с минимальными затратами на усовершенствование с целью обеспечения совместимости организационной культуры с выбранной предприятием стратегией эффективно внедрять любые стратегические изменения, в группу его стратегических преимуществ.

Современные ритейлеры, ориентированные на долгосрочное присутствие и процветание на рынке, должны прийти к осознанию необходимости формирования системы управления развитием организационной культуры и проводить эффективность данной деятельности.

### **Список литературы:**

1. Блинов А.О. Совершенствование корпоративной культуры предприятий авиационной промышленности на основе управления лояльностью человеческих ресурсов / А.О. Блинов // Управление персоналом. – 2012. - №12. – С.27–31.
2. Устинова О.В., Хайруллина Н.Г. Формирование корпоративной идентичности персонала крупного предприятия розничной торговли // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5; URL: [www.science-education.ru/119-14865](http://www.science-education.ru/119-14865) (Дата обращения: 10.04.2016).
3. Фей К., Денисон Д. Организационная культура и эффективность: российский контекст // Вопросы экономики. 2005. № 4. С. 58–74.
4. Этика корпоративной культуры – это не догма, а руководство к действию! // Управление персоналом. – 2012. - №16. – С.40–45.

## **СХЕМА ПОСТРОЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТАМИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА**

***Волокитин Владислав Анатольевич***

*студент Санкт-Петербургского государственного университета,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

***Соколова Светлана Владимировна***

*научный руководитель, д-р экон. наук, доц.  
Санкт-Петербургского государственного университета,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Создание стартапов обеспечивает реализацию инновационных проектов, производство инновационных продуктов и услуг, трансфер и коммерциализацию инноваций, преодоление научно-технологического отставания и становления высокотехнологического бизнеса. В свою очередь стартап является основной целью становления и развития инновационной экосистемы, среды генерации инновационных идей, новых знаний, новых компетенций, венчурного финансирования и инновационной инфраструктуры [3].

Основной проблемой становления стартапа является менеджмент. Отсутствие унифицированного подхода в управлении обуславливается инновационностью стартап-проектов. Ввиду этого, традиционные подходы к управлению, которые основываются на ведении бизнеса крупными компаниями, не подходят к стартапам [1]. Следует либо придумать новую концепцию, либо рассмотреть уже известный подход, но под новым ракурсом, с поправками на все особенности стартапа. Под таким подходом автор предлагает выделить ценностно-ориентированный подход. Его направленность на постоянный рост стоимости, который основан на изменении ключевых показателей, автор видит очень перспективным направлением в управлении инновационным предприятием, которым является стартап.

Ниже приведена схема управления стартап-проектом с использованием инструментов ценностно-ориентированного подхода.

Стадия разработки→1.Построение бизнес-плана стартапа с выбором действующей и оптимальной структуры капитала→2. Проверка целесообразности проведения стартап-проекта→2.1 Методом реальных опционов либо 2.2 моделью экономической добавленной стоимости→3. Переход к стадии запуска, либо 3.1возврат к пункту 1.

Стадия запуска→4.Проверка фактической осуществимости проекта→4.1 Стартап-проект не осуществим, требуется полный пересмотр бизнес-плана, либо 4.2 Стартап-проект осуществим, но с изменениями в плановых показателях, либо 4.3 Стартап-проект осуществим в исходном варианте. → При выполнении пунктов 4.2 и 4.3, то идет переход к пункту 5. Стадия начального роста. → При пункте 4.1 происходит 4.4 возврат к пункту 1. → 6. Построение организационной структуры→ 7.переход к стадии начального роста.

Стадия начального роста→8. Выбор организационной структуры на данной стадии развития. →13.Переход к стадии постоянного роста →9. Определение ключевых факторов создания стоимости для стартап-проекта. →10. Соотношение плановых показателей стоимости стартап-проекта с реальными. →10.1 Нет необходимости в дополнительных инвестиция, либо 10.2 Существует необходимость в инвестициях, либо 10.3 Необходимость дополнительных инвестиций с приостановкой проекта→ 11 Переход к стадии постоянного роста.

Стадия постоянного роста→14. Диверсификация деятельности→15. Разработка новых, потенциально-возможных инновационных проектов→16. Переход к стадии разработки по новому проекту.

1. Построение бизнес-плана стартап-проекта происходит на этапе разработки. Документ логично создавать из структурных элементов, таких как маркетинговая стадия, производственно-техническая стадия и финансовая стадия. Каждую стадию необходимо раскрыть как систему, провести обоснование и взаимосвязь между стадиями. В рамках ценностно-ориентированного подхода основателям стартап-проекта необходимо обоснованно выбрать структуру капитала, произвести прогнозирование

будущих продаж и себестоимости, запланировать необходимые инвестиции и то, какие активы они создадут в будущей стоимости стартап-проекта.

2. На данной стадии следует провести мониторинг целесообразности вложения инвестиций в стартап, путем проведения оценки проекта несколькими альтернативными методами. **2.1** Метод реальных опционов. **2.2** Модель экономической добавленной стоимости [2].

3. По итогам проведения оценки целесообразности происходит выбор между переходом на следующую стадию развития или **3.1** Отправить стартап-проект на доработку на стадию разработки бизнес-плана с разной степенью изменений.

4. Данная стадия осуществляется уже на следующем этапе стартап-проекта, этапе запуска. Происходит проверка фактической осуществимости проекта, ввиду того, что при начале деятельности планируемые показатели могут быть не достигнуты путем изменения рыночной конъюнктуры. Следует разделить на три альтернативных пути развития: **4.1** Происходит осознание неосуществимости стартап-проекта, поэтому следует перейти к пункту **4.4**; **4.2** Стартап-проект осуществим, но с незначительными изменениями, при которых следует привлечь дополнительные инвестиции; **4.3** Имеется возможность провести проект в плановом варианте, который заложен в бизнес-плане.

5. Из-за возможности продолжать проведение проекта, даже при условии изменений, следует переходить к следующему этапу развития.

6. Очень важно на данном этапе выстроить организационную структуру, которая будет соответствовать всем особенностям проекта.

7. При успешном завершении построения организационной структуры и запуска стартап-проекта следует перейти к следующему этапу развития стартап-проекта.

8. С возможным расширением, а именно началом роста проекта, логично пересмотреть организационную структуру, сформировать базу под дальнейшее развитие.

9. Получив опыт на предыдущем этапе развития, имеется возможность сформировать ключевые факторы создания стоимости для данного проекта и методы рамки влияния на них.

10. Данная стадия характеризуется сопоставлением плановых и реальных показателей в рамках модели экономической добавленной стоимости. Совокупную оценку стоимости стартап-проекта целесообразно проводить в трех модификациях для получения ответа о дальнейших управленческих действиях, то есть понять, в каком случае стоимость проекта будет больше.

**10.1** Нет необходимости в дополнительных инвестициях; **10.2** Существует необходимость в инвестициях **10.3** Существует необходимость дополнительных инвестиций с приостановкой проекта.

11. После проведения анализа сопоставления показателей будет следовать переход к этапу постоянного роста. Такой переход, в модификации с приостановкой бизнеса, тоже возможен, но требует большего периода времени и инвестиций.

12. После определения ключевых факторов, на которые может влиять менеджмент проекта, чтобы увеличивать стоимость бизнеса, срок перехода к следующему этапу будет минимально возможным.

13. Организационная структура проекта, которая соответствует стадии развития, также позволяет приблизить следующий этап стартапа.

14. Этап постоянного роста характерен полноценным освоением проекта на рынке, возможностью диверсификации деятельности и проведением новых инновационных разработок.

15. Одновременно с продолжением деятельности, логично предположить, что менеджмент проекта будет искать возможности к реинвестициям, планировать проведение новых инновационных проектов.

16. При принятии решения о вложении средств в разработку новых проектов менеджменту фирмы следует повторить цепочку этапов и стадий развития стартап-проекта.



### **Список литературы:**

1. Валдайцев С.В. Малое инновационное предпринимательство: учеб. пособие / С.В. Валдайцев, Н.Н. Молчанов, К. Пецольдт. – Москва; Проспект, 2014. - 536 с.
2. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса: учеб. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 360 с.
3. Стартап: настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф; пер. с англ. 2-е изд.-М: Альпин Пабlishер, 2014. - 616 с.

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)**

***Горохова Мария Андреевна***

*студент, Финансово-экономический институт Кафедра экономики и управления производством  
ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К Аммосова» (Якутск),  
РФ, Республика Саха (Якутия), г.Якутск)*

***Кузьмина Анна Алексеевна***

*студент, Финансово-экономический институт Кафедра экономики и управления производством  
ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К Аммосова»,  
РФ, Республика Саха (Якутия), г.Якутск)*

***Кладкина Сассылаана Николаевна***

*научный руководитель, ст. преподаватель кафедры «Экономики и управления производством» Финансово-экономический институт  
Кафедра экономики и управления производством  
ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К Аммосова»,  
РФ, Республика Саха (Якутия), г.Якутск)*

**Аннотация.** В статье определена сущность и значение в современной России государственно-частного партнерства, выявлены действующие проекты в Республике Саха (Якутия), определены проблемы развития государственно-частного партнерства и предложены пути их решения. 4

**Ключевые слова:** государственно-частное партнерство, бизнес, государство, проекты, инвестиции.

Актуальность развития государственно-частного партнерства в условиях современной экономики подтверждается опытом зарубежных стран, а также современной России, где со второй половины 2000-х годов данному вопросу уделяется большое внимание в научных исследованиях и экономической деятельности.

В современной экономике многих стран формируется совершенно новое качество взаимодействия бизнеса и власти, которое называется в России государственно-частным партнерством.

В Федеральном законе Российской Федерации от 13 июля 2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – ФЗ) термин «государственно-частное партнерство» означает взаимодействие публичного и частного партнеров, которое осуществляется на основании заключенного по результатам конкурсных мероприятий договоров о государственно-частном партнерстве. Целью ФЗ является создание правовых условий для инвестиций на базе государственно-частного партнерства в экономику России, улучшение качества и доступности услуг, предоставляемых населению [6].

Государственно-частное партнерство можно рассматривать как феномен смешанной экономики или как средство государственной политики в сфере экономики в условиях современной индустриализации социального производства, так как выступает в качестве способа, применяемого для балансировки экономики каждого уровня [3].

Необходимо отметить, что государственно-частное партнерство отличается от прочих форм взаимодействия государства и бизнеса. Так, субсидирование, государственное кредитование, государственный заказ, льготы в налогообложении – не являются формами государственно-частного партнерства. Государственно-частное партнерство формирует особенные модели взаимоотношений собственников, создает методы управления и использует специальные источники финансирования. Таким образом, проекты, реализуемые в рамках государственно-частного партнерства, заключаются в ресурсном объединении государства и бизнеса, конкретизирует полномочия партнеров с целью оптимального использования этих ресурсов [4].

Особенностями, выделяющими государственно-частное партнерство из других форм взаимодействия государства и бизнеса, являются:

- реализация проектов в зоне ответственности государства;
- ориентация на формирование производственной и социальной инфраструктуры;
- деятельность в рамках особых форм финансовых отношений, например, частные, государственные или совместные инвестиции;
- предоставление бизнесу более широких полномочий в управлении проектами по сравнению с его участием в выполнении госзаказов;
- особый характер разделения ответственности между партнерами;
- долгосрочный характер, имеющий определенные рамки;
- разделение проектных рисков между сторонами [1].

Государственно-частное партнерство реализуется в следующих формах:

- заключение государственных контрактов, например, на оказание услуг, выполнение работ, поставку продукции и пр.;
- концессии, например, эксплуатация без строительного этапа, взаимодействие в форме «строительство-управление-передача» и пр.;
- соглашение о разделении продукции;
- создание совместных предприятий, акционерные общества, предприятия без акционирования [5].

На сегодняшний день, в Российской Федерации сложилась специфическая структура государственно-частного партнерства.

По числу партнерских проектов лидирует Сибирский федеральный округ, где осуществляет 34 % проектов в рамках государственно-частного партнерства. Самая малая доля партнерских проектов – в Северокавказском федеральном округе (3%). Дальний восток реализует 6 % проектов от общего числа действующих проектов государственно-частного партнерства, центральный и Северо-западный округа – 16 и 15 % соответственно [1].

Во всех федеральных округах государственно-частное партнерство реализуется в строительстве городов, железных и автодорог и магистралей,

морских портов, аэропортов, создании зон технико-экономического развития и во многих других областях производственной и социальной инфраструктуры. Следует отметить, что преимущественно государственно-частное партнерство реализуется в топливно-экономическом комплексе, с чем связано лидерство Сибирского округа в количестве проектов.

Республика Саха (Якутия) также в рамках ФЗ участвует в проектах государственно-частного партнерства. Главными направлениями для его осуществления являются проекты в сферах:

- транспортной инфраструктуры;
- социальной инфраструктуры;
- жилищно-коммунального хозяйства и энергетики;
- производственной инфраструктуры (в рамках особых экономических зон, в том числе территории опережающего развития (ТОРы), технопарков, реализации проектов с участием средств Инвестиционного фонда Российской Федерации, государственных корпораций, комплексных промышленно-инфраструктурных инвестиционных проектов).

ГЧП и их взаимоотношения в рамках законодательства Российской Федерации в Республике Саха (Якутия) осуществляется на основании Федерального закона Российской Федерации от 13 июля 2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации» и Закона Республики Саха (Якутия) от 02.04.2014 1293-З № 141-V «Об участии Республики Саха (Якутия) в инфраструктурных проектах государственно-частного партнерства».

В Республике Саха (Якутия) реализуется проект по строительству и сдачу в постоянную эксплуатацию автодорожного моста на реке Лена в районе города Якутска. Проект будет реализован консорциумом "Транспортные концессии (Саха)" мостовой переход за 38,942 млрд., рублей. При этом плата со стороны

государства по концессионному соглашению составит 15,985 млрд. рублей за содержание мостового перехода до 2027 года<sup>1</sup>.

В планах реализация следующих проектов на территории Республики Саха (Якутия):

- Строительство образовательных учреждений в г. Якутске Республики Саха (Якутия).

- Строительство объекта: «Якутский онкологический диспансер на 210 коек в г. Якутске с радиологическим отделением на 60 коек и хоз-блоком (Онкологический центр)».

- Строительство объекта: Кардио-сосудистого центра (КСЦ) на 150 коек в городе Якутске.

- Строительство Абалахского многопрофильного реабилитационного центра на 210 коек в Республике Саха (Якутия).

- Создание, реконструкция и эксплуатация объектов теплоснабжения в МР «Ленский район» Республики Саха (Якутия).

Таким образом, одной из ключевых задач экономики Республики Саха (Якутия) и Российской Федерации на ближайшую перспективу является формирование и развитие благоприятной среды для становления и расширения форм государственно-частного партнерства при реализации инфраструктурных проектов.

При всей положительной динамике деятельности субъектов РФ, в частности Республики Саха (Якутия), в рамках государственно-частного партнерства очевиден ряд проблем, препятствующих более обширной реализации проектов в Республике. В Таблице 1 выделены проблемы развития партнерства в Республике и предложены пути их решения:

---

<sup>1</sup> <http://investyakutia.com/ppp/proekty/realizuemye-proekty>

*Таблица 1.*

**Проблемы и перспективы развития ГЧП в Республике Саха (Якутия)**

| <b>Проблемы развития ГЧП</b>  | <b>Способы решения</b>  |
|---|---|
| <p>Имеющиеся ограничения со стороны действующего законодательства для осуществления проектов в рамках государственно-частного партнерства, в частности, отсутствует возможность приобретения прав собственности на объекты в рамках проектов государственно-частного партнерства стороной бизнеса, не позволяет привлечь необходимый заемный капитал; не создан правовой механизм определения бюджетных ассигнований для выполнения долгосрочных обязательств госзаказчика при осуществлении системного проекта; отсутствуют правовые основания предоставления гарантий частному партнеру со стороны государства.</p> | <p>Создание единой и четкой государственной и региональной политики в отношении развития инфраструктуры и государственно-частного партнерства в России и в Республике Саха (Якутия) в частности. Необходимо принять программу развития инфраструктуры Республики и проектов государственно-частного партнерства, определить отрасли экономики, где будут реализовываться проекты. При этом важно активное участие Республики в разработке данной программы для акцентирования приоритетных отраслей экономики для реализации проектов.</p>  |
| <p>Отсутствие специальных компетенций и знаний в сфере государственно-частного партнерства у государственных и муниципальных заказчиков</p>   | <p>Формирование институциональной среды государственно-частного партнерства. Правительству Республики необходимо конкретно определить роль и место партнерства в приоритетных отраслях экономики, сформулировать цели и задачи развития государственно-частного партнерства, и на этой основе развивать институциональную среду государственно-частного партнерства.</p> <p>Создание единых институтов развития государственно-частного партнерства со стороны государства и бизнеса. На наш взгляд, необходимо создание специализированных единых государственных и социальных институтов развития государственно-частного партнерства, имеющих достаточные полномочия для развития и реализации проектов.</p> |
| <p>Отсутствие единых институтов развития государственно-частного партнерства со стороны государства и бизнеса.</p>  | <p>Повышение уровня специальных компетенций и знаний в сфере государственно-частного партнерства у государственных и муниципальных заказчиков, а также формирование мотивации на местах со стороны государственных служащих при реализации проектов государственно-частного партнерства. Решение проблемы нехватки достаточных компетенций и знаний в сфере государственно-частного партнерства у государственных и муниципальных служащих можно решить не столько за счет создания и повышения эффективности существующих институтов</p>   |

|  |  |
|--|--|
|  | подготовки кадров, сколько за счет создания стимулов, потребности у самих государственных и муниципальных служащих повысить свою квалификацию в сфере государственно-частного партнерства. |
|--|--|

Таким образом, в Республике Саха (Якутия) имеются большие возможности для развития государственно-частного партнерства, однако, они осложнены имеющимися проблемами. Сформулированные нами рекомендации позволят существенным образом решить сложившиеся проблемы в области развития государственно-частного партнерства в Республике Саха (Якутия) и активизировать формирование среды для расширения форм партнерства в Республике.

#### **Список литературы:**

1. Вижина И.А., Кин А.А., Харитонов В.Н. Проблемы государственно-частного партнерства в стратегических проектах Севера. // Регион: экономика и социология, 2011, № 4, С. 152–175.
2. Делмон Д. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре: практическое руководство для органов государственной власти. Режим доступа: [www.worldbank.org.kz](http://www.worldbank.org.kz).
3. Есина Ю.Л., Агафонова Е.Е. Инструменты частно-государственного партнерства как фактор инновационной активности малого бизнеса в регионе // Российское предпринимательство. 2012. № 3 (201). С. 17–22.
4. Кунченко Н.Е., Точеная Т.И. Государственное частное партнерство как современный фактор регионального развития. Режим доступа: <http://regec.ru/articles/2013/vol3/5.pdf>.
5. Макаров И.Н. Государственно-частное партнерство в системе взаимодействия бизнеса и государства: институциональный подход // Российское предпринимательство. 2013. № 24 (246). С. 18–29.
6. Манько Н.Н. Государственно-частное партнерство как эффективный инструмент поддержки национальной инновационной системы // Российское предпринимательство. 2012. № 16 (214). С. 12–18.
7. Матаев Т.М. Определение и классификация форм государственно-частного партнерства // Российское предпринимательство. 2014. № 7 (253). С. 51–58.



## **МЕТОДЫ АКТИВИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ**

***Гурова Галина Владимировна***

*студент Санкт-Петербургского национального исследовательского  
университета информационных технологий, механики и оптики,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

***Бачу Екатерина Федоровна***

*студент Санкт-Петербургского национального исследовательского  
университета информационных технологий, механики и оптики,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

***Малашук Наталья Михайловна***

*студент Санкт-Петербургского национального исследовательского  
университета информационных технологий, механики и оптики,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

***Олехнович Анастасия Васильевна***

*студент Санкт-Петербургского национального исследовательского  
университета информационных технологий, механики и оптики,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Законом устанавливается, что вложения инвестиций и осуществление практических действий, которые осуществляются в целях получения прибыли или достижения какого-либо иного полезного эффекта, представляет собой инвестиционную деятельность. В современных экономических условиях инвестиции представляют собой важнейшее средство, обеспечивающее условия выхода из сложившегося экономического кризиса, технический прогресс и повышение качественных показателей хозяйственной деятельности на микроуровнях и макроуровнях. Одним из наиболее действенных механизмов социально-экономических преобразований является активизация инвестиционного процесса [1].

Острой проблемой Северо-Западного региона является вопрос финансирования, так как на настоящий момент времени многие запланированные крупные проекты «замораживаются» из-за отсутствия инвестиционных средств. Так на 2014 год помощник полномочного представителя Президента РФ в СЗФО Сергей Зимин прогнозирует стабильность с тенденцией

к понижению. Кроме того, есть возможность замедления роста экономики в целом и частичное сворачивание последующих инвестиционных проектов – как частных, так и государственных. Вопрос о прогнозировании инвестиционной деятельности в регионе стал, таким образом, особенно значимым.

Целью работы является рассмотрение имеющейся ситуации, построение прогноза инвестиционной деятельности до 2020 года в Северо-Западном федеральном округе и определение путей решения имеющихся проблем.

Северо-Западный федеральный округ характеризуется достаточно высоким объемом инвестиций. Тем не менее, инвестиционные ресурсы, которыми располагает Северо-Западный федеральный округ, распределены между субъектами крайне неравномерно, в основном они концентрируются в крупных мегаполисах. У остальных субъектов нет возможности использования инвестиционного потенциала в полной мере.

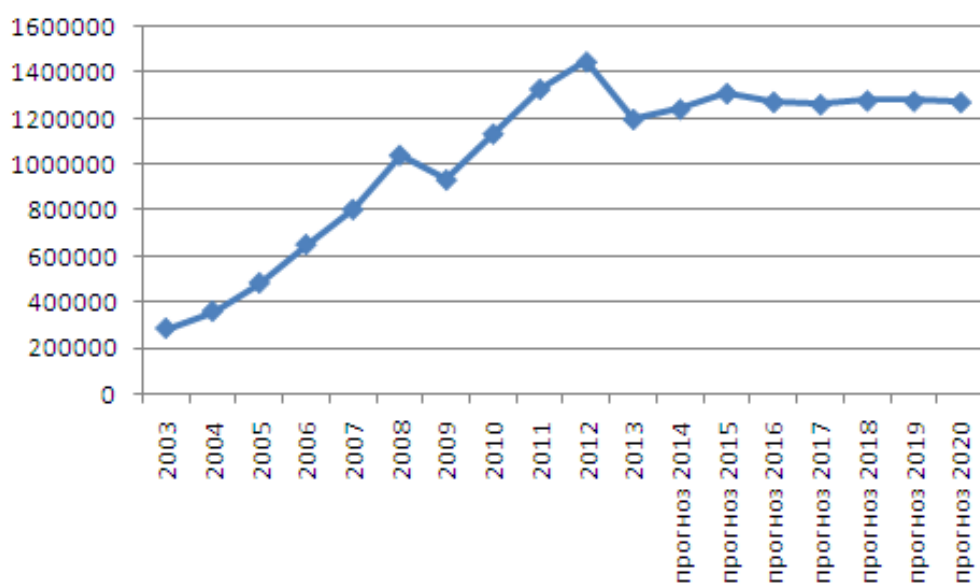
Северо-Западный федеральный округ можно охарактеризовать значительным объемом инвестиций, он обладал 9 % от всех инвестиций в основной капитал в 2013 году.

Объем инвестиций в основной капитал Северо-Западного федерального округа за исследуемый период времени увеличился в 3 раза, тем не менее данный показатель отстает от среднероссийского значения, объем инвестиций региона на 458 млн.рублей меньше, чем в средний показатель по России; доля вкладываемых инвестиций в жилища, хотя и отстает от средней доли по России; по видам экономической деятельности инвестиции региона значительно отстают от среднероссийских показателей в сельском и лесном хозяйстве, в добыче полезных ископаемых, в обрабатывающем производстве, в строительстве; доля собственных средств региона сократилась и отставала от среднего показателя по России на 12 процентных пунктов.

Среди субъектов СЗФО есть возможность выделить лидеров по привлечению зарубежных инвестиций, в том числе по их величине в расчете на душу населения соответствующего субъекта региона. В их число входит Санкт-Петербург и Вологодская область. Аутсайдерами по рассматриваемому

показателю являются Псковская, Мурманская области. Однако в целом по итогам 2013 г. в Северо-Западный регион поступило около 12 % (более 20 млрд. долл.) всех иностранных инвестиций в Россию.

За прогнозный период времени произошла стабилизация инвестиционной деятельности в исследуемом федеральном округе, это может быть связано с отсутствием роста показателей и сложной сложившейся экономической ситуации в стране (рисунок 1).



**Рисунок 1. Прогноз инвестиций в основной капитал, млн.руб**

В середине 2014 года произошел спад инвестиций, связанный с окончанием масштабных строек и крупных инвестиционных проектов. Рост инвестиций наблюдается лишь в сфере добычи несырьевых полезных ископаемых, организации отдыха и торговле.

Для российской экономики 2014 год стал одним из самых неблагоприятных за последние десять лет. На сегодняшний день приток капитала в Россию в виде портфельных и прямых инвестиций, депозитов и кредитов даже наполовину не покрывает потребность страны в инвестировании [2].

С помощью прогноза инвестиционной деятельности Северо-Западного федерального округа, было определено, что результаты, которые ставит перед

собой Стратегия 2020 СЗФО (таблица 2), не будут достигнуты, а методы активизации данной деятельности не будут эффективными.

**Таблица 1.**

**Стратегические цели экономического развития Северо-Западного федерального округа к 2020 году**

|  |   |
|--|---|
| Модернизация и инновационное развитие базовых секторов экономики | Доля продукции инновационного характера в ВРП 25%                   |
| Увеличение среднегодовых темпов роста ВРП                        | Темп роста ВРП до 106-107%  |
| Экономическая активизация депрессивных территорий                | Создание 600-700 тысяч рабочих мест                                 |
| Освоение континентального шельфа                                 | Добыча нефти 30 млн. тонн, природного газа – 80 млрд.м <sup>3</sup> |
| Ускоренное развитие машиностроительного комплекса региона        | Доля машиностроительной продукции до 30% промышленного производства |
| Развитие сельскохозяйственного производства                      | Темп роста продукции 4,5-5%   |
| Модернизация лесопромышленного комплекса                         | Оптимизация экспорта лесопродукции                                  |
| Стимулирование создания секторов хозяйства – «базы выживания»    | Сглаживание ситуации в сфере занятости, бюджетных отношений         |

Таким образом, в работе представлено несколько возможных путей решения возникших проблем:

- предварительно разрабатывать приоритеты инвестирования или разработка приоритетных инвестиционных проектов. На территории СЗФО за исследуемый период реализовано большое количество инвестиционных проектов, из которых наименее прибыльные (менее 10 млрд.рублей) по отношению ко всем разработаны в Вологодской, Новгородской, Калининградской области и Республике Карелия. Следует расширить сферы вложения в данных субъектах и более рационально разрабатывать приоритеты инвестирования.

- стимулирование инвесторов за счет уменьшения налогооблагаемой прибыли на величину понесенных расходов на научно-исследовательскую деятельность, т.е. в регионе на отстающие и высокотехнологичные отрасли нужно создать льготное налогообложение.

- развитие строительной индустрии. Объем работ по виду деятельности «Строительство» на 7 % выше, чем в среднем по России, а общее количество строительных организаций превышает 15 тысяч. Тем не менее, в Псковской, Новгородской области и НАО сосредоточено менее 2,5 % всего объема работ СЗФО [3].

- для активизации инновационной деятельности необходимо создание объектов предпринимательской деятельности, а также источником финансирования региона должны быть не только собственные, но и привлеченные средства, т.е. банковские кредиты, для этого необходимо сотрудничество с банками и регулирование деятельности иных финансовых институтов (в том числе частного бизнеса).

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон РФ. Об инвестиционной деятельности в РФ: офиц. текст. – М. – 1999. - №39.
2. Кушлина В.И. Государственное регулирование рыночной экономики/ В.И. Кушлина, Н.А. Волгина. - М.: Экономика. – 2000. – 735 с.
3. Бобошко Д.Ю. К вопросу об эффективности инвестирования в инновационные проекты // Современные наукоемкие технологии. – 2010. – № 4 – 65-67 с.

## ФИНАНСИРОВАНИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

*Зайцева Наталья Михайловна*

*бакалавр экономики (выпускница) ФГАОУ ВПО «Северный (Арктический)  
федеральный университет имени М.В. Ломоносова».  
РФ, г. Архангельск*

На сегодняшний день для экономики страны главной задачей является правильное и расчетливое применение государственных денежных средств. На территории России действует значительное количество бюджетных и автономных учреждений, которые получают средства из государственного бюджета, но в связи с кризисом наблюдается сокращение финансирования образовательных учреждений, которые напрямую зависят от потребности в бюджетных средствах.

Образование РФ на данный момент переживает очень трудные времена. Это обусловлено тем, что разрушены прежние методы экономической поддержки функций образовательных учреждений, а новые принципы субсидирования формируются. Старое разрушено, а новое еще не назначено.

Целью работы является изучение порядка финансирования образовательного учреждения.

Учреждение - организация, созданная учредителем, собственником, финансируемая полностью или частично.

Основные характеристики учебного заведения:

- некоммерческая организация, осуществляющая образовательную деятельность;
- имение в оперативном управлении образовательного учреждения, имущества, переданного учредителем для осуществления учебно-воспитательного процесса;

- возможность заниматься деятельностью, приносящей доходы, в том числе бизнесом, не связанным с осуществлением образовательного процесса и использовать для этого переданное имущество;

- государственные гарантии, связанные с приоритетными направлениями образования, в том числе налоговые льготы [1].

Этот набор характеристик определяет идентичность образовательного учреждения.

Необходимость бюджетного финансирования социальной сферы обусловлена свойствами социальных услуг как общественного товара, их ролью в социально-экономическом развитии страны. Однако суммы бюджетных ассигнований не могут определяться по потребности. Процесс государственного регулирования — это и установление государственного заказа, подлежащего бюджетному обеспечению, социальных нормативов, выраженных как в натуральном, так и в денежном исчислении.

Государственный заказ (государственное задание) – это документ, высылаемый ежегодно учредителем - Министерством образования и науки, учреждениям с наименованием профессий (специальностей) и цифрами приема контингента, по которым организация вправе вести набор [1].

Немало важным фактором в финансировании является то, по каким профессиям производится набор в образовательном учреждении. Так, например, для подготовки по мало затратным профессиям требуется закупка менее дорогостоящего оборудования, нежели для высоко затратных и т.д.

Перечень мало затратных, средне затратных, высоко затратных профессий профессионального образования устанавливается уполномоченным исполнительным органом государственной власти Архангельской области в сфере научной и научно-технической деятельности и профессионального образования [5,с.218].

Источниками для получения этих данных являются формы статистического наблюдения, нормативные документы организации.

Финансирование государственных областных образовательных учреждений осуществляется за счет средств областного бюджета, предполагающего: целевое расходование средств (использование средств на заранее установленные цели), безвозвратность – предоставленные образовательным учреждениям средства ими не возвращаются, не возмещаются. Субсидирование осуществляется на основе нормативов финансовых затрат на одного обучающегося, так называемое по душевое финансирование по каждому типу и виду образовательного учреждения.

Федеральные нормативы финансирования должны утверждаться ежегодно Государственной Думой одновременно с принятием закона о федеральном бюджете на очередной год и быть минимально допустимыми.

На основании нормативов на одного студента и государственного задания, организацией составляется «План финансово-хозяйственной деятельности», в котором четко разделено выполнение государственного задания и осуществление предпринимательской деятельности [2].

План разрабатывается учреждением на основе анализа результатов его финансово-хозяйственной деятельности за текущий год и предыдущие периоды деятельности, а также прогнозов социально-экономического развития области [4, с.123].

В табличной части плана указываются:

1. показатели финансового состояния учреждения (подразделения) (данные о не финансовых и финансовых активах, обязательствах на последнюю отчетную дату, предшествующую дате составления Плана);

2. плановые показатели по поступлениям и выплатам учреждения (подразделения).

Плановые показатели по выплатам формируются учреждением (подразделением) в разрезе выплат на коды вида расходов (КВР): оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда; различного рода услуги (связи, почтовые, транспортные, обслуживание охранной и пожарной сигнализации,



и т.д.; компенсации, пособия по социальной помощи населению; стипендии; иные выплаты, не запрещенные законодательством Российской Федерации [2].

Утверждая план финансово-хозяйственной деятельности, составленный на год, учредитель обязан обеспечить денежными средствами образовательное учреждение на плановой основе и в определенных количествах. А вот в какой период, предусматривает заявка на финансирование учреждения составленная главным бухгалтером, которая предоставляется учредителю каждый месяц до двадцатого числа [3, с.48].

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

Важность финансового анализа в качестве одного из основных элементов стратегического управления учебного заведения вряд ли можно переоценить. Его значение увеличилось с тех пор, как была расширена экономическая свобода образовательных учреждений в их экономической независимости.

Учебные заведения все больше заинтересованы в привлечении студентов, учащихся в их учебное заведение, т.к. от этого зависит их финансирование: заработная плата работников, обновление учебно-методической базы, содержание зданий, оборудования, покупка учебной литературы; особенно в наше время, в связи с демографической ямой. Из этого следует - все более актуальной для бюджетных и автономных учреждений становится цель большего привлечения дополнительных источников финансирования, в том числе - средств от предоставления платных образовательных, дополнительных услуг с целью социальной защиты работников и улучшения материально-технической базы.

Одним из положительных аспектов привлечения внебюджетных источников финансирования является возможность решать, куда потратить полученные средства. Кроме того, как кризис показывает, образовательные учреждения, правильно организовавшие внебюджетную деятельность, гораздо более устойчивы и эффективны, потому что в отличие от других зависят не только от бюджетного финансирования. Таким образом, есть больше возможностей для модернизации оборудования, мебели, обеспечения

своевременного обслуживания помещений, заработной платы сотрудников. В результате, такие организации обладают большей возможностью улучшить качество предоставляемых услуг и привлечь больше потребителей, следовательно, получить больше сумм платежей за оказание платных услуг.

### **Список литературы:**

1. Областной закон «Об образовании в Архангельской области» (с изменениями на 27.11.2015г.) (редакция действующая с 01.01.2016г.).
2. Приказ Министерства Финансов Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 65н (ред. От 16.02.2016г.) «Об утверждении указаний о порядке применения бюджетной классификации Российской Федерации».
3. Годин А.М., Подпорина И.В. Бюджет и бюджетная система Российской Федерации. – М.: Дашков и Ко, 2011. – 276 с.
4. Левицкий М.Л., Шевченко Т.Н. Организация финансово-экономической деятельности в образовательных учреждениях – М.: ВЛАДОС, 2009. – 416 с.
5. Ромаш. М.В., Ролева Т.Г. Государственный бюджет: Учебно-методическое пособие - Мн.: НИТСО, 2008 – 285с. НИТСО, 2012 – 285с.

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

**Оганесян Елена Самвеловна**

*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*

Под инновацией (нововведением) обычно подразумевается объект, внедренный в производство в результате проведенного исследования или сделанного открытия, который качественно отличается от предыдущего аналога.

Инновации выполняют три основные функции: стимулирующую, воспроизводственную, инвестиционную.

Стимулирующая функция заключается в том, что инновации способны дать людям определенный стимул для развития как страны, так и мира.

Воспроизводственная функция заключается в том, что инновация является источником экономического развития, экономических процессов, и они влияют на структуру ВВП страны.

Инвестиционная функция состоит в получении прибыли, которая может в будущем быть направлена на обеспечение новых видов инноваций.

Инновационная политика — это совокупность мер, направленных на координацию и поддержание инновационных процессов, обеспечивающих экономический рост, конкурентоспособность и рост благосостояния общества [1].

При создании и осуществлении инновационной политики нужно принимать во внимание следующие составляющие: элементы (цели, задачи, проблемы, направления, основы, стратегии и т.п.); механизм осуществления (совокупность инструментов более адекватных нынешним условиям);

субъектно-объектную характеристику (федеральный, региональный уровень); сроки, средства и правовые гарантии.

Об инновационной деятельности в нашей стране стали говорить с 90-х годов XX века. Государственная инновационная политика существовала в форме Указа Президента РФ от 27.04.1992 №426 «О неотложных мерах по сохранению научно-технического потенциала Российской Федерации».

Спрос на инновации практически отсутствовал. Экономические реформы начали активно реализовывать, и постепенно произошел переход к другой хозяйственной модели. Вначале наиболее активными заказчиками нововведений были представители нефтегазовых корпораций.

В конце 90-х начале 2000-х отрасли легкой и пищевой промышленности и топливно-энергетического комплекса стали предъявлять спрос на научные и технические достижения.

В 2000-е годы инновационная политика реализуется через формирование государственных программ, создание технопарков и технополисов. Со стороны предложения, существует значительное число вузов, в основном ориентированных на "бюджетную" модель (или компоненту) инновационного процесса.

В течение рассматриваемого периода устойчиво сохраняется тенденция активного участия государства в инновационном процессе, т. е. роста спроса в «бюджетной» модели.

Сегодня инновации - это перечень главных приоритетов государства. В настоящее время обсуждаются поправки в законодательство, направленные на стимулирование инновационной деятельности. Активизация инновационной деятельности возведена в статус национального проекта.

В России в последнее время активно поддерживаются инновации, несмотря на то, что наша страна все еще отстает от развитых стран по уровню внедрения инноваций. Инновации могут оказывать существенное влияние на долгосрочный рост экономического благосостояния в России, поскольку с помощью инноваций осуществляется импортозамещение.

В общем выпуске инновационная продукция в РФ составляет небольшой процент 8-9%, в то время как в развивающихся странах эта доля в два раза больше. Результаты инноваций в нашей стране имеют низкую конкурентоспособность.

Для развития инноваций требуется высокая конкуренция на рынке, ведь производитель должен разработать стратегию привлечения потребителей на рынке с аналогичной продукцией.

Россия, к сожалению, по ряду показателей, которые отличают нынешнюю экономику, сильно отстает от сегодняшних лидеров. За последние пятнадцать лет произошли значительные изменения в инновационной сфере страны. Они затронули почти все сферы: науку, образование, производство и банковскую систему и т. д. Многие из ранее достигнутого в области исследований и разработок, и их практического освоения было утеряно.

С другой стороны, произошел ряд существенных преобразований в научно-производственном комплексе страны, позволяющих осуществлять масштабную «перестройку» Российской инновационной сферы. Для их полной реализации, однако, требуется преодоление последствий системного кризиса, поразившего сферу НИОКР в ходе реформ, и работа, направленная на преодоление этих последствий, сегодня только начинается.

Для усиления уровня инновационной деятельности отдельных территорий им недостаточно использовать только единичные стимулы в виде увеличения объемов финансирования исследования.

Целесообразно для разработки комплексных форм взаимодействия между предприятиями различных форм собственности объединить усилия государства, науки и бизнеса в области инноваций, создания промышленных инновационных кластеров с тем, чтобы наиболее эффективно осуществлять все этапы жизненного цикла инновационного процесса и обеспечивать успешную коммерциализацию новых продуктов и технологий [2].

Проблемным остается управление реализацией приоритетных направлений инновационного развития регионов. И здесь важно влияние государства путем

эффективного использования механизма целевых программ, осуществления поддержки приоритетных сфер инновационной деятельности.

Важнейшим аспектом инновационной политики является региональная составляющая, где могут появиться действенные формы поддержки инновационной активности со стороны соответствующих государственных институтов.

Региональная инновационная политика – это не самоцель, а действенный инструмент эффективного использования инновационного потенциала территории, что в свою очередь обеспечит повышение вклада научно-инновационной сферы в НТП страны, в экономику региона, улучшение его социально-экономических показателей.

Стимулирование инновационной активности российских территорий должно осуществляться комплексно и системно по следующим основным направлениям:

- разработка и реализация политики инвестиционной технологической экспансии для «возрождения» национальной промышленности;
- мотивирование инновационной деятельности путем применения стимулирующей налоговой политики;
- предоставление льготных кредитов и госгарантий для финансирования инновационных проектов;
- создание специальной инфраструктуры для поддержки и развития инновационного предпринимательства;
- защита интересов и прав интеллектуальной собственности инновационных предприятий на внутреннем и внешнем рынках; - формирование системы госзаказов на исследования и разработки [2].

Формирование инновационной экономики должна основываться на партнерстве всех участников производственной сферы, где решающее значение приобретает развитие отношений внутри малого, среднего и большого бизнеса на одной территории как системы эффективного оперативного сотрудничества различных форм собственности.

Инновационно-ориентированная экономика характеризуется не просто новыми технологиями, даже уникальными или необычными, а технологиями рыночной ориентации, при которых возможно создание изделия, востребуемого рынком и конкурентоспособного на этом рынке, или создание принципиально нового товара, порождающего и новый рынок.

В выборе приоритетов научно- инновационного развития обобщающим ориентиром должно стать достижение целей социально-экономического развития данной территории. При этом главная задача органов управления состоит в создании благоприятной экономической среды и условий для повышения инвестиционно - инновационной активности хозяйствующих субъектов региона.

#### **Список литературы:**

1. Уткин Э.А., Морозова Н.И., Морозова Г.И. Инновационный менеджмент ..., 2016, С. 10. URL: <http://www.monographies.ru/ru/book/section?id=3766> (Дата обращения 12.02.2016).
2. Михайловских Ю.С. Приоритеты региональной инновационной политики - М.: Издательский центр «Академия». 2013. - С. 98.

# КОНТРОЛЬ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМОЙ В РОССИИ

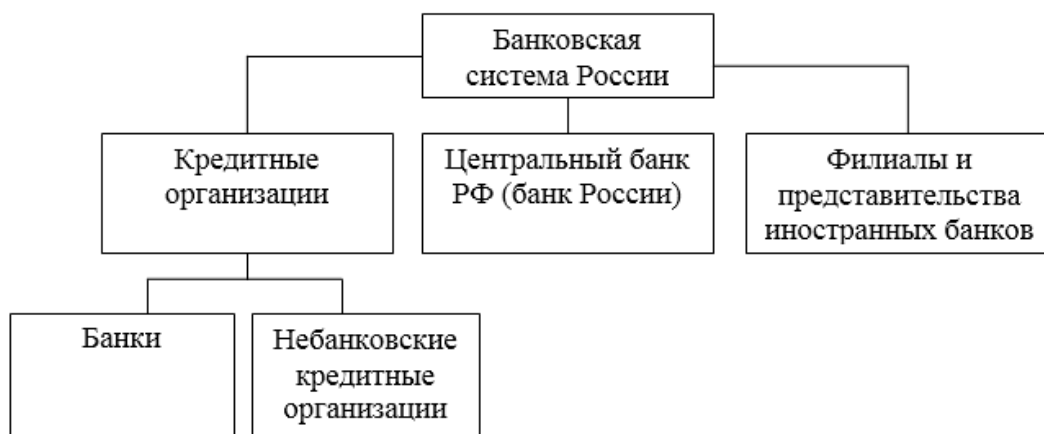
*Терехова Марина Геннадьевна*

*студент ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет  
имени И.С. Тургенева»,  
РФ, г. Орел*

Банковская система выступает в качестве управляемой системы. Центральный банк, занимающий важнейшее место в банковской системе России, проводит в различных формах независимую денежно–кредитную политику и подотчетен только парламенту. Коммерческие банки, являясь юридическими лицами, функционируют согласно общему и специальному банковскому законодательству, их деятельность регулируют различные экономические нормативы, установленные Центральным банком.

Все эти признаки характеризуют российскую банковскую систему, которая, находясь в переходном периоде и стремится к рыночной модели. Постепенно взаимодействие звеньев банковской системы становится более разносторонним, вследствие чего улучшается нормативная база ее деятельности.

Банковская система не изолирована от окружающей среды и довольно тесно взаимодействует с ней, а также выступает в качестве подсистемы экономической системы [2, с. 195]. Структура банковской системы России представлена на рисунке 1.



**Рисунок 1. Банковская система России**



В структуре современной банковской системы России выделяют два основных уровня: первый – охватывает учреждения Центрального банка РФ, который осуществляет выпуск денег в обращение (эмиссию), и выполняет важные функции, такие как: обеспечение стабильности рубля, надзор и контроль за деятельностью коммерческих банков. Второй уровень банковской системы включает в себя различные деловые банки, основными функциями которых являются: обслуживание клиентов (организаций, предприятий, населения) и предоставление им различных услуг (кредитование, кассовые, валютные, депозитные операции и др.).

В зависимости от выделенных элементов в структуре банковской системы также можно выделить и два уровня в ее управлении, которые представлены на рисунке 2.

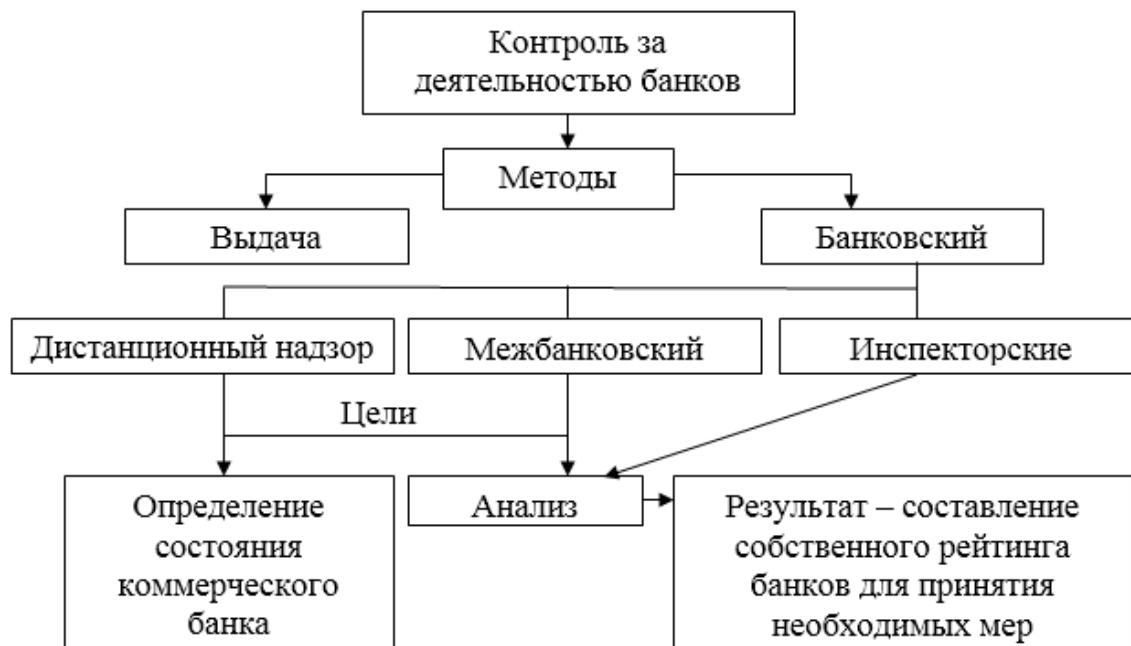


**Рисунок 2. Уровни управления банковской системой**

В научном обороте термин «управление» применительно к банковской системе обычно не употребляется, и в большинстве случаев используются такие понятия как банковское регулирование, надзор и контроль, которые представляют собой только отдельные функции или элементами (этапы) управленческого процесса [6].

Одним из основных элементов управления банковской системы является контроль, который необходимо различать с процессом регулирования банковской деятельности. Регулирование банковской деятельности происходит с целью поддержания эффективной и надежной работы всей банковской системы в целом, а контроль осуществляется для обеспечения устойчивой работы конкретных банков и реализуется при условии полноценного и постоянного надзора за деятельностью банков, а также при условии лицензирования каждого банка в отдельности [2, с. 234].

Система банковского контроля представлена на рисунке 3.



**Рисунок 3. Система банковского контроля**

Банковский контроль имеет характерные черты, такие как:

- принадлежность к управленческой деятельности;

- выражение сущности с помощью таких элементов, как, наблюдение, проверка и действия по ее результатам;

- определение общей цели контроля (цели функционирования банка) и специфических целей (оценка соблюдения законодательства РФ и нормативных актов Центрального банка, изучение и оценка результатов мониторинга банковской деятельности, а также оценка финансовой и управленческой информации).

В области контроля над банковской деятельностью ключевую роль играет Центральный банк России. Согласно ст. 75 Конституции РФ, осуществление функций Центрального банка РФ происходит независимо от других органов государственной власти.

Контроль за банковской системой реализуется на основе двух федеральных законов – «О банках и банковской деятельности» и «О Центральном банке РФ».

Кроме банковского контроля и надзора федеральное законодательство предусматривает и другие виды государственного контроля за банковской системой. К примеру, государство в лице Государственной Думы РФ и Счетной палаты РФ осуществляет контроль за деятельностью не только кредитных организаций, но и самого Банка России, за которым ведется прокурорский надзор.

Также одно из важнейших мест в системе финансового контроля со стороны исполнительных органов власти занимает Министерство финансов РФ. Оно разрабатывает финансовую политику страны, следит за ее осуществлением, а его региональные учреждения также ведут контроль за банковской деятельностью [5].

Следует отметить, что контроль, как элемент управления банковской системой тесно взаимосвязан с надзором за банковской деятельностью.

Банковский надзор, в свою очередь, представляет собой вид публично-правовой деятельности, основной целью которой является поддержание стабильного развития банковской системы страны, а также защита интересов кредиторов и вкладчиков [1, с. 565].

Статья 56 Федерального закона «О Центральном Банке РФ» говорит о том, что вышеперечисленные цели относятся не только к банковскому надзору, но и к банковскому регулированию. Данная статья свидетельствует о том, что Центральный банк РФ выступает органом как банковского регулирования, так и банковского надзора.

Систему банковского надзора можно представить в виде схемы (рисунок 4).



**Рисунок 4. Система банковского надзора**

Необходимо дать более точное определение понятию «контроль». Финансово–кредитный энциклопедический словарь называет контролем «осуществление банками контрольных функций, связанных с их основной деятельностью: кредитованием, проведением расчетных, валютных, кассовых, фондовых и других операций, предоставление различного рода услуг – трастовых, лизинговых, факторинговых и других».

Также банковский контроль может рассматриваться как часть банковского менеджмента, способствующего улучшению банковской деятельности и сокращению банковских рисков. Данное определение выражает сущность контроля, который осуществляется лишь внутри кредитной организации, то есть только внутренний контроль.

В свою очередь, внутренний контроль, по мнению Базельского комитета по банковскому надзору, представляет собой процесс, который осуществляется советом директоров, менеджментом и сотрудниками всех уровней. Это

не только процедура или политика, осуществляемая в определенный отрезок времени, а процесс, который постоянно идет на всех уровнях внутри банка. Совет директоров и менеджмент несут ответственность за создание соответствующей культуры, облегчающей эффективное осуществление внутреннего контроля, и за мониторинг его эффективности на постоянной основе, при этом каждый сотрудник организации также должен участвовать в этом процессе [4].

Внутренний контроль является системой мероприятий, проводимых внутри кредитной организации с учетом требований внешнего контроля, целей и места кредитной организации в рамках осуществления банковской деятельности.

Причем, внутренний контроль может осуществляться в различных видах, в зависимости от различных критериев классификации.

Виды внутреннего контроля представлены в таблице 1.

**Таблица 1.**

**Виды внутреннего контроля**

| <b>Критерий выделения</b>   | <b>Виды</b>   |
|---|---|
| По специфике решаемых задач   | Административный, бухгалтерский, финансовый, правовой, технологический, управленческий  |
| По времени совершения   | Предварительный, текущий, последующий   |
| По источникам   | Документальный, фактический, компьютерный   |
| По объему и полноте охвата  | Полный или частичный, комплексный или тематический, сплошной или выборочный   |
| По используемым процедурам и приемам:<br>-общеметодические приемы;<br>-приемы документального контроля;<br>-приемы фактического контроля; | Аудит, анализ, ревизия, мониторинг, тематическая проверка, служебное расследование;<br>Юридическая оценка, логический контроль, встречная проверка, формальная проверка, арифметическая проверка, способ обратного счета, сравнение;<br>Инвентаризация, экспертиза, визуальное наблюдение, контрольный замер, лабораторный анализ, анализ управленческой информации |

Приведенные примеры видов контроля свойственны почти всем субъектам контроля, чаще всего отличаются только технологии и методы проведения,

а также меры воздействия, применяемые по результатам контроля в зависимости от правового статуса субъектов контроля.

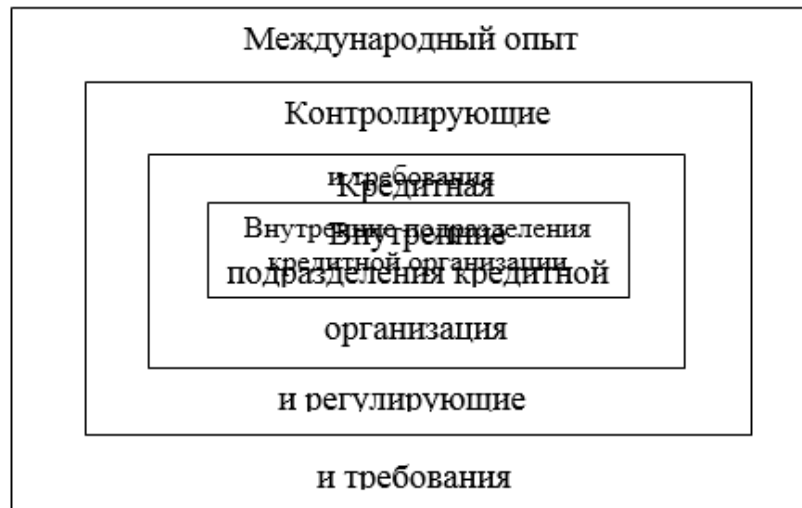
Если рассматривать контроль как совокупность определенных действий, которые применяются не самим контролируемым, а другим лицом (другим органом), то можно выделить следующие виды контроля:

- вертикальный контроль (контролерами являются вышестоящие по отношению к контролируемому лица и органы);
- горизонтальный контроль (контролерами выступают другие сотрудники того же подразделения или сотрудники из других подразделений, но находящиеся в одной технологической цепочке по данному виду банковской операции);
- специализированный контроль (контролерами выступают специально назначенные сотрудники, имеющие соответствующий уровень квалификации, для которых осуществление контроля является главной задачей).

На сегодняшний день, несмотря на то, что понятие контроля в большинстве случаев рассматривается в рамках внутреннего контроля, который проводится кредитной организацией, также контроль может рассматриваться как инструмент надзорного регулирования или внешнего контроля, осуществляемого контролирующими и надзорными органами.

Банковский контроль представляет собой многоступенчатую систему осуществления контрольных действий, включающую в себя реализацию контрольных функций не только внутри кредитной организации, но и регулирующих и надзорных функций со стороны Центрального банка РФ, а также проведение контролирующих мероприятий Федеральной службой по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг).

Такую многоступенчатую систему осуществления банковского контроля можно увидеть на рисунке 5.



**Рисунок 5. Модель осуществления банковского контроля**

«Внутренние подразделения кредитной организации» и «кредитная организация» являются реализацией внутреннего контроля, а следующие две ступени модели – внешнего контроля [3].

Изучив процесс контроля банковской системы, можно сделать вывод о том, что современной банковской системе России необходим единый теоретический подход к определению банковского контроля как многоступенчатой системе осуществления контрольных действий, которая включает в себя реализацию контрольных функций как внутри кредитной организации, так и регулирующих и надзорных функций со стороны Центрального банка Российской Федерации, а также осуществление контролирующих мероприятий со стороны Федеральной службы по финансовому мониторингу (Росфинмониторинга).

Также необходимо улучшение качества самого процесса контроля. Основные положения по совершенствованию системы контроля банковской сферы отражены на рисунке 6.

|   |
|---|
| <p align="center"><b>СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР КОНТРОЛЯ</b><br/>Контроль только стратегических аспектов работы<br/>банков</p> |
| <p align="center"><b>РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ КОНТРОЛЯ</b><br/>Обеспечение достижений целей банков</p>                              |
| <p align="center"><b>ГИБКОСТЬ КОНТРОЛЯ</b><br/>Адаптация к изменениям на рынках</p>   |
| <p align="center"><b>СВОЕВРЕМЕННОСТЬ КОНТРОЛЯ</b><br/>Оперативное регулирование деятельности банков</p>                     |
| <p align="center"><b>ЭКОНОМИЧНОСТЬ И ПРОСТОТА КОНТРОЛЯ</b><br/>Простые и доступные методы контроля</p>                      |

***Рисунок 6. Положения по совершенствованию системы контроля  
банковской сферы***

В современных условиях органы, осуществляющих контроль за функционированием банковской системы, должны постоянно стремиться к повышению качества своей работы. Это возможно осуществить по нескольким направлениям, таким как: совершенствование правового обеспечения банковской деятельности, повышение эффективности регулирования банковской деятельности, развитие конкурентной среды, обеспечение равных условий, повышение требований к качеству управления в кредитных организациях, ужесточение ответственности в сфере нарушения банковской деятельности, как со стороны банков, так и со стороны органов, осуществляющих контроль за банковской деятельностью.

**Список литературы:**

1. Грачева Е.Ю. Финансовое право: учебник для бакалавров / под ред. Е.Ю. Грачевой. — М.: Проспект, 2013. — 576 с.
2. Лаврушин О.И. Деньги, кредит, банки: Учебное пособие / под ред. О.И. Лаврушина. — 4-е изд. — М.: КНОРУС, 2010. — 320 с.



3. Кабакова Е.В. Банковский контроль и риски легализации доходов, полученных преступным путем // Финансы и кредит. Управление экономическими системами. – 2015. – №83.
4. Рукосуева А.А., Пономарев О.В. Центральный банк российской федерации как орган банковского регулирования и банковского надзора // Вопросы современной юриспруденции. – 2013. – №25.
5. Румянцева Е.В. Органы, осуществляющие контроль за банковской деятельностью // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2012. – № 7.
6. <http://www.bibliotekar.ru/biznes-36/54.htm>.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

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

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

№ 4 (33)  
Апрель 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)

