

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
71-ой ВНУТРИВУЗОВСКОЙ
НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ –
ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА
(МИР-2019)»**

Часть 1

МОСКВА - 2019

УДК 378:001:891
ББК 74.58:72
В60

Тезисы докладов 71-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2019)». Часть 1, 2019 г. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019. – 283 с.

В сборник включены тезисы докладов, выполненных в рамках 71-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2019)» на кафедрах Института экономики и менеджмента, Академии имени Маймонида, Института славянской культуры, 11-15 марта 2019 г.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия

Кашеев О.В., проректор по научной работе; Оленева О.С., доцент; Виноградова Ю.В., начальник ОНИР; Федоров М.В., старший преподаватель.

Научное издание

Печатается в авторской редакции

ISBN 978-5-87055-762-5

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2019
© Коллектив авторов, 2019

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Студ. Ковтун М.А., Маковеева А.В., Продченко И.В., гр. ЭБ-115

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации (ФАС) – это отечественный федеральный орган исполнительной власти, правомочный принимать нормативно-правовые акты и контролировать антимонопольную политику государства, деятельность субъектов естественных монополий, рекламу, осуществление иностранных инвестиций, которые являются значимыми в рамках обеспечения обороны страны и безопасности государства, а также сферы государственного оборонного заказа и закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Деятельность этого федерального органа направлена в основном на обеспечение государственного контроля над одной из серьезных угроз экономической безопасности – монополизации рынка. ФАС является главным контролером соблюдения всеми субъектами экономической деятельности российского антимонопольного законодательства. С помощью комплекса экономических, административных и законодательных мер ФАС контролирует все сферы рыночной экономики, минимизирует монопольный (исключительный) экономический потенциал отдельных субъектов хозяйственной деятельности, тем самым обеспечивая функционирование благоприятной конкурентной среды для всех участников социально-экономических отношений.

Развитие конкуренции, в частности, посредством контроля и сдерживания угрозы монополизации рынка, является приоритетным направлением развития экономики в Российской Федерации. Согласно Национальному плану развития конкуренции на 2018-2020 гг., утвержденному Указом Президента РФ от 21.12.2017 № 618, главными перспективами развития ФАС являются снижение количества нарушений антимонопольного законодательства; увеличение доли закупок малым предпринимательством; обеспечение во всех отраслях экономики (за исключением отраслей деятельности естественных монополий) не менее трех хозяйствующих субъектов, среди которых присутствует частный бизнес.

Достижение утвержденных Национальным планом развития конкуренции на 2018-2020 гг. стратегий позволит укрепить национальную экономику, повысить эффективность и конкурентоспособность хозяйствующих единиц, усовершенствовать антимонопольное

регулирование, безусловно, должно позитивно сказаться на экономической безопасности страны, а, следовательно, на прогрессивном развитии нашей экономики.

УЧЕТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В СООТВЕТСТВИИ С РОССИЙСКОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКОЙ

Студ. Андриющенко Р.Г., гр. ЭЭБ-115

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Крупные российские предприятия владеют порой дорогостоящими нематериальными активами (НМА), приносящими им основную часть дохода. Особенно это касается организаций сферы высоких технологий и интернет торговли. Актуальность вопроса, связанного с правильным учетом нематериальных активов, становится все более очевидной.

Российские предприниматели стали понимать, что собственные научно-исследовательские разработки являются значимым НМА, способствующим инновационному развитию предприятия. Особенно это относится к ведущим международную торговлю организациям, имеющим патенты, ноу-хау, программные продукты и собственные исследования. Наблюдается тенденция, когда предприниматели крупных и успешно функционирующих предприятий, создавая социально значимый бизнес, ориентируются на гарантированное обеспечение права производства, заранее приобретая готовые или используя собственные разработки.

В России механизм защиты НМА стал формироваться сравнительно недавно. Этому процессу сопутствовало вступление нашей страны во Всемирную торговую организацию. Так, потребовалось принятие ряда соглашений о необходимости соблюдения международного права, в том числе в сфере НМА. В то время США давно занимало лидирующую позицию в сфере нематериальных активов, имея несколько институтов, осуществляющих их защиту.

Переход от российских стандартов к международным стандартам требует учета ряда особенностей, характерных для них. В частности, анализ применения международных стандартов показывает, что возникают отдельные сложности подготовки финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). Предприятиям рекомендуется приводить в соответствие организационные расходы на НМА и создание товарных знаков при их учете и при трансформировании своей финансовой отчетности на основе МСФО.

Можно отметить, что в отличие от МСФО, Европейский стандарт бухгалтерского учета НМА больше соответствует российскому стандарту. Например, аналогично учитываются расходы на создание нематериального

актива. При этом в европейских правилах бухгалтерского учета «European union accounting rule 6» есть отличия от ПБУ в разделах раскрытия информации, списания НМА. В европейских стандартах, как и в МСФО, приведено четкое определение нематериальных активов.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Маг. Гончаров Н.А., гр. ВМАГ-Э-518

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Контроллинг напрямую связан с управленческой деятельностью на каждом предприятии. Контроллинг, коррелирующий с понятием контроля, подразумевает включение функции контроля при осуществлении экономической и управленческой деятельности внутри предприятия. Однако, контроллинг не исчерпывается одним только контролем. Синтезируя ряд известных понятий контроллинга, можно утверждать, что контроллинг – это система управления основными узлами микро- и макроэкономического хозяйствования организации. Методология же контроллинга заключается в максимизации полезности информационного обеспечения всех уровней управления в организации, что позволяет принимать обоснованные управленческие решения, например, как в производственной деятельности организации достигнуть тех показателей, которые были предусмотрены при планировании.

Реальный сектор экономики – это совокупность предприятий, каждое из которых обладает соответственной производственной мощностью, в результате деятельности которых производятся материальные и нематериальные блага. В состав реального сектора экономики не входят организации, осуществляющие финансово-кредитные и биржевые операции, поэтому Росстат в Классификаторе институциональных единиц по секторам экономики рекомендует этот сектор именовать как нефинансовый.

Особенность формирования системы контроллинга предприятий реального сектора экономики состоит в производственной направленности этой системы. В связи с этим, считаем, что систему контроллинга на предприятиях реального сектора экономики целесообразно формировать с учетом особенностей производственной и организационно-управленческой структур, уделяя особое внимание выбору инструментария контроля правильности организации, планирования производственной деятельности, учету фактических затрат на производство и реализацию продукции, влияющих на достижение высоких финансовых результатов.

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Чудакова В.А., гр. ВМАГ-Э-518

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Аудит на сегодняшний день является необходимым инструментом контроля финансовой и хозяйственной деятельности предприятия, а также косвенно помогает оценить эффективность деятельности его сотрудников. При планировании аудиторской проверки можно ставить совершенно разные задачи. Это может быть проведение аудита бухгалтерской отчетности, эффективности персонала, материальных ценностей, финансовой и хозяйственной деятельности организации и других видов аудита.

При аудите предприятия торговли могут быть выявлены недостатки в его деятельности и даны рекомендации по их преодолению, в частности, путем совершенствования ведения торгового дела, товароведения, что способствует сокращению расходов и повышению товарооборота и экономическому росту.

В торговой организации проведение аудиторских проверок может быть связано с выявлением слабых мест в учетной политике, в финансовых потоках, в бухгалтерском и налоговой учете. Для внутреннего аудита характерно, в частности, решение задач повышения товарооборота организации, экономии трудовых ресурсов и устранения ошибок в бухгалтерском учете.

Проведение аудита в торговой организации, применяющей современные средства предоставления учетной информации в налоговые органы, требует высокого профессионализма аудиторов при оценке возникающих организационно-методических проблем правильности ведения бухгалтерского учета и выявления его соответствия требованиям налогового учета.

УЧЕТ ПРИ КАЛЬКУЛИРОВАНИИ СЕБЕСТОИМОСТИ СПЕЦИФИКИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

Маг. Полунина В.С., гр. МАГ-Э-518

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Основная цель деятельности любой организации при оперативном управлении – максимизация прибыли. Возможности реализации этой цели могут быть ограничены достаточно большими текущими издержками

производство продукции и низким спросом на нее. Поскольку ограничитель затрат одновременно относится к фактору сдерживания объема предложения, то принятие руководством управленческих решений о продолжении выпуска конкретных ассортиментов продукции должно быть обосновано на основе результатов анализа уже имеющихся затрат и перспективы изменения их величины. На эти изменения может повлиять, в частности, реализация современных технологий и пересмотр удельных норм расхода сырья. Поэтому особую актуальность приобретает совершенствование методов планирования затрат при калькулировании себестоимости. На этот процесс влияет характер предстоящего изменения технологических регламентов или технических карт производства продукции и специфика учета затрат при калькулировании ее себестоимости. Можно пойти по пути выбора существующих методов калькулирования, отвечающих специфике производства действующих или разрабатываемых видов продукции. В частности, можно применить метод планирования себестоимости, основой которого является корректировка калькуляции продукции по изменяющимся статьям затрат.

Считаем, что для выбора соответствующего метода расчета себестоимости продукции следует проводить исследования на основании накопленного опыта предприятия по калькулированию, по решению проблем планирования себестоимости продукции и нормирования прямых затрат. При этом экономически обоснованные рекомендации могут быть подготовлены в ходе решения следующих задач:

исследовать особенности существующих методов учета затрат и калькулирования себестоимости;

изучить проблемы используемых методов учета затрат при планировании калькуляции себестоимости с учетом специфики производства продукции

разработать рекомендации по совершенствованию методов учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции, применение которых приведет к повышению экономической эффективности функционирования предприятия.

МЕТОДЫ УЧЕТА ЦЕЛЕВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ И ПОСТУПЛЕНИЙ

Маг. Агеева М.В., гр. ВМАГ-Э-517

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Источниками формирования хозяйственных средств предприятия могут быть, в частности, средства целевого финансирования, поступающие от других предприятий, физических лиц, а также в виде государственной

помощи. Средства целевого финансирования должны расходоваться строго по целевому назначению. Использование этих средств не по назначению влечет за собой их возврат в соответствии с действующим законодательством РФ. При этом по отношению к лицам, нарушившим правила использования средств целевого финансирования, предусмотрены соответствующие меры ответственности и правового воздействия.

Для учета средств целевого финансирования предназначен пассивный счет 86 «Целевое финансирование». Сальдо по этому счету показывает суммы выделенных для коммерческой организации средств целевого финансирования на отчетную дату. Обороты в отчетном периоде целевого – финансирования показывают суммы: по кредиту – полученные, а по дебету – использованные на соответствующие цели. Аналитический учет целевых средств по счету 86 «Целевое финансирование» ведется как по их назначению, так и в разрезе источников поступления.

Законодательно установлены формы государственной помощи, перечисленные в ПБУ 13/2000, например, субвенции и субсидии, выделяемые органами исполнительной власти из соответствующих бюджетов; бюджетные кредиты, предоставляемые уполномоченными органами государственной власти на возмездной и возвратной основе.

Этим же положением предусмотрено, что бюджетные средства к бухгалтерскому учету могут приниматься методами: при фактическом получении средств и по мере принятия решения о предоставлении средств.

При первом методе следует организовать учет целевого финансирования и поступлений с созданием ряда субсчетов счета 86 «Целевое финансирование». Возможно, в корреспонденции по дебету со счетами денежных средств, капитальных вложений, материальных запасов.

При втором методе необходимо принимать к бухгалтерскому учету бюджетные средства при одновременном соблюдении следующих условий: имеется уверенность того, что условия предоставления этих средств будут выполнены и что указанные средства действительно будут получены в распоряжение на целевое использование организацией.

УЧЕТ АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Студ. Абросимова Е.М., гр. ЭЭБ-115

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В современных условиях предприятиям необходима эффективная стратегия развития, включающая амортизационную политику, способную мобилизовать внутренние финансовые ресурсы предприятия и активизировать его инвестиционную деятельность. И для решения

поставленных задач важное значение имеет обновление основных средств предприятий.

В процессе производства основные средства подвергаются физическому и моральному износу. Материальный (физический) износ – это процесс, в результате которого элементы основного капитала становятся физически непригодными к эксплуатации.

Обычно физический износ связан с интенсивностью и сроком эксплуатации, условиями содержания, качеством обслуживания основных средств.

Моральный износ представляет непосредственно обесценивание основного капитала, наступающего при реализации следующих условий:

- 1) появление аналога, превышающего по качественным характеристикам эксплуатируемое оборудование;
- 2) появление аналога, превышающего по количественным характеристикам эксплуатируемое оборудование;
- 3) меньшая стоимость аналога.

Для предотвращения материального и морального износа, а также своевременной замены эксплуатируемого оборудования и технологий существует механизм переноса части их стоимости на стоимость произведенных товаров, получивший название – амортизация.

Амортизация начисляется как в бухгалтерском, так и налоговом учете. В соответствии с ПБУ 6/01 могут применяться линейный способ, способ уменьшаемого остатка, способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования и способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ). В налоговом учете предусмотрены линейный и нелинейный способы. Применение нелинейных способов начисления амортизации и определения стоимости амортизируемого имущества приводит к образованию разниц в бухгалтерском и налоговом учете.

Суммы амортизации накапливаются по кредиту счета 02. Счет в дебете проводки зависит от особенностей деятельности, в которой эксплуатируется объект.

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Студ. Коваленко Д.И., гр. ЭЭБ-115

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В условиях современной рыночной экономики бухгалтерский учет и анализ финансовых результатов занимают важное место, так как обладая достоверной информацией об изменениях финансовых результатов

руководящий состав предприятия сможет эффективнее управлять организацией, принимая решения по улучшению работы, которая направлена, в первую очередь, на получение прибыли.

Прибыль – основа экономического развития, которая формирует финансовую основу для осуществления расширенного воспроизводства предприятия и удовлетворения социальных и материальных потребностей руководителей и персонала. Поэтому достоверное отражение и распределения положительного финансового результата, т.е. бухгалтерской прибыли – главная цель бухгалтерского учета.

Сегодня коммерческие предприятия переходят с российских стандартов ведения бухгалтерского учета на международные, в связи с этим появилась актуальная проблема, которая заключается в правильности отражения финансового результата деятельности организации, и формирования контроля за законностью и достоверностью операций по использованию и распределению прибыли, совершаемых предприятиями.

Финансовые результаты деятельности организации складываются от результатов по обычным видам деятельности и сальдо прочих доходов и расходов. Основными источниками информации для проведения анализа финансовых результатов являются отчет о финансовых результатах и данные аналитического бухгалтерского учета по счетам результатов.

Нами был проведен вертикальный и горизонтальный анализ прибыли ОАО «Сургутнефтегаз» за период 2016-2017 гг., после которого я сделала вывод, что ОАО «Сургутнефтегаз» получило чистую прибыль, то есть полученные доходы полностью покрыли понесенные предприятием расходы. При этом, следует отметить рост показателя прибыли на 254492916 тыс. руб. В целом можно сказать, что на рост чистой прибыли повлияла прибыль от продаж и прибыль от обычных видов деятельности. Значит предприятие имеет положительную тенденцию развития.

АУДИТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Студ. Пальвинская О.А., гр. ЭЭБ-115

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Одним из наиболее сложных видов аудиторских проверок является экспертиза финансовых результатов и реального финансового состояния объектов предпринимательской деятельности. При этом необходимо учитывать и вероятность влияния аудиторского риска, поскольку от полноты выполненной работы, объективности аудиторского заключения, как важного результата аудиторской деятельности, зависят в будущем правильность и полнота разрабатываемой финансовой стратегии предпринимательства.

Основной целью аудита финансового состояния и финансовых результатов является сбор, обработка информации для определения результатов финансовой деятельности с отдельным подсчетом положительного или отрицательного влияния всех факторов.

Аудиторская деятельность осуществляется в соответствии с Федеральным законом и для аудита финансового результата используется нормативно-законодательная база для проверки. Так же контрольная деятельность определяется полным и правильным расчетом и определением финансового результата от реализации и финансового результата по прочим доходам и расходам. Можно отметить, что при приоритетной ориентации на корректность учета расчетов, связанных с формированием финансового результата, не уделяется должного внимания непосредственно учету финансового результата.

Считаем, что при осуществлении аудиторской проверки финансовых результатов необходимо исходить из того, что деятельность любого объекта предпринимательства включает две взаимосвязанные стороны – хозяйственную и финансовую. Первая определяет вовлеченные в производственную и финансовую деятельность производственные активы (основной капитал), вторая – выбор и величину использованных финансовых пассивов (ресурсов). От их органического взаимодействия в хозяйственном процессе и зависит финансовый результат.

При аудите финансовых результатов выявляется, что при их учете в организации допускаются типичные ошибки и нарушения. Существенные недостатки в учете финансовых результатов, выявленные по результатам аудиторской проверки, должны быть отражены в рабочих документах аудитора и представлены руководителю аудируемого лица.

По окончании проверки на основе подготовленных подтверждающих документов относительно аудируемого участка аудитору необходимо высказать свое мнение, а также включить его в аудиторское заключение.

ВНУТРЕННИЙ АУДИТ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ

Студ. Стратонов Н.Б., гр. ЭЭБ-15з

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В соответствии с федеральными стандартами к материально-производственным запасам относятся активы, используемые в качестве сырья, материалов при производстве продукции, предназначенной для продажи (выполнения работ, оказания услуг), приобретаемые непосредственно для перепродажи, а также используемые для управленческих нужд организации.

Для хозяйственных операций по учету движения материально-производственных запасов присущи высокие риски. Это может быть связано как с вероятности хищений со стороны материально ответственных лиц, так и неэкономного расходования, случайной гибели и прочих причин. Также часто отсутствуют первичные документы по поступлению и расходованию материальных ценностей, что ведет к несанкционированному отпуску материально-производственных запасов (МПЗ). Для этого участка учета характерно большое количества первичной документации, что также может привести к существенным ошибкам при вводе информации, отклонениям и несогласованности показателей фактического и учетного наличия МПЗ.

Одной из форм системы внутреннего контроля может выступать внутренний аудит. Внутренний аудит на предприятии представляет собой деятельность, которая направлена на предоставление объективных и независимых консультаций и гарантий для улучшения деятельности предприятия.

Основные функции внутреннего аудита это:

контроль за правильностью составления финансовой, статистической, управленческой и налоговой отчетности;

контроль деятельности подразделений;

надзор за работой систем управления и передачи информации;

оперативный контроль основных видов деятельности предприятия.

Цель внутреннего аудита МПЗ заключается в установлении соответствия применяемой в организации методики учета и налогообложения операций с МПЗ действующим в Российской Федерации нормативным документам, учетной политике организации, а также исследовании соблюдения условий приемки, оценки и хранения материальных ценностей.

АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ДОСТОВЕРНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Маг. Стефанова А.А., гр. ВМАГ-Э-518

Научный руководитель: к.э.н. Зотиков А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В связи с развитием предпринимательства и рынка капитала усиливается потребность в проведении аудита финансовой отчетности разных организаций. В результатах аудита заинтересованы как собственники, менеджеры, инвесторы, так и соответствующие государственные структуры. Профессиональный контроль достоверности финансовой отчетности организаций полезен самой организации и

внешним заинтересованным пользователям этой отчетности, которые ее анализируют с целью принятия правильного управленческого решения.

Достоверность показателей отчетности во многом зависит от правильности ведения бухгалтерского учета, а также от реализации самоконтроля в организации в условиях ее самофинансирования. Субъективной причиной получения недостоверной информации является недостаточная квалификация работников или сознательное искажение внутренней и внешней информации ее составителями с целью введение в заблуждение пользователей в отношении правильности финансовой деятельности хозяйствующего субъекта либо прямого мошенничества для личного обогащения. Также возможно допущение механических ошибок.

Оценка достоверности финансовых результатов аудируемой организации должна базироваться на выводах по проверке ее финансовой отчетности, в основном, относительно установления:

наличия необходимых форм отчетности и полноты их заполнения, предоставления отчетных данных в соответствии с утвержденными формами финансовой отчетности;

точности заполнения юридических реквизитов отчета, включая наличие подписей уполномоченных должностных лиц, надлежащим образом оформленных оговорок об исправлении допущенных в отчете ошибок;

правильности арифметических итогов;

соблюдения сопоставимости отчетных данных на начало года с показателями на конец предшествующего года;

согласованности взаимосвязанных показателей.

Так, сопоставление экономических показателей организации с доказательствами правильности использования первичных данных бухгалтерского учета, подготовки форм финансовой отчетности, позволяет выявить целесообразность начала проведения анализа этой информации. Это важно, так как в процессе анализа недостоверной отчетности можно получить необъективную оценку финансовых показателей аудируемой организации, а, следовательно, принять ошибочное решение о достоверности проверяемой информации.

ВОПРОСЫ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА

Маг. Яковлева А.Ю., гр. МАГ-Э-518

Научный руководитель: к.э.н. Зотиков А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Для каждой организации важно формирование рациональной системы управленческого учета, так как при системном подходе

относительно проектирования правильного учета во внутренней среде происходит дальнейшее достижение его целей и успешное решение поставленных задач.

Система управленческого учета включает спектры наблюдения, регистрации, измерения, обработки, оценки, координации и передачи информации, используемой для формирования текущих издержек на производство и реализацию продукции. Управленческий учет, как один из основных источников информационного обеспечения, позволяет формировать фундамент этих издержек. Рационализация системы управленческого учета, на наш взгляд, состоит в методически верном и оперативном создании условий как по оптимизации прямых затрат, включаемых в себестоимость, так и по дифференцированному распределению условно-постоянных расходов по соответствующим видам выпускаемой продукции, выполняемых работ или оказываемых услуг (ПРУ). При этом в условиях рынка следует учитывать масштабы спроса на конкретные виды ПРУ.

При применении рациональных форм управленческого учета целесообразно формировать базы данных учета с рядом справочников по нормированию, планированию, контролю и анализу, что необходимо внутренним пользователям при формировании достаточно обоснованной себестоимости соответствующих видов ПРУ и при принятия оперативных, тактических и стратегических управленческих решений относительно развития бизнеса или корректировки его направления.

Опыт предприятий экономически развитых стран в области бухгалтерского учета показывает, что они тратят на постановку и ведение управленческого учета 90% рабочего времени и ресурсов, а только 10% – на финансовую бухгалтерию и счетоводство. Достижению аналогичного соотношения на российских предприятиях будет способствовать рационализация системы управленческого учета и ее развитие.

Считаем, что при рассмотрении вопросов рационализации системы управленческого учета на предприятии особенно важно уделить внимание тем, решение которых позволяет координировать деятельность разных подразделений и оптимизировать учет на протяжении всей траектории каждого бизнес-процесса.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Моисеева Ю.Г., гр. МАГ-Э-518

Научный руководитель: к.э.н. Зотиков А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

На объектах капитального строительства используются разные виды строительных материалов в больших объемах. При учете материально-производственных запасов (МПЗ) важно своевременно отражать их приобретение, поступление, использование и прочее движение. Состав и количество строительных материалов планируются в соответствующих спецификациях и сметах с учетом специфики конкретного объекта строительства. Широкая номенклатура потребляемых строительных материалов отражается на организации порядка учета МПЗ. Так, требуется достаточно разнообразный аналитический учет, открытие субсчетов и субконто первого, второго, третьего и других порядков к счету 10 «Материалы». По этому счету 10 ведется детализированный учет МПЗ по объемам отдельных наименований, по местам доставки, перемещения, хранения, использования материалов на конкретных объектах. При учете МПЗ отличается порядок документооборота. Так, в комплектовочных ведомостях приводится потребность в строительных материалах, топливе, полуфабрикатах и других МПЗ в строгом соответствии со сметой, а также исходя из объемов и графиков строительных работ.

Фактическая себестоимость строительных материалов складывается из их стоимости по ценам приобретения и расходов по доставке и заготовке. Часть этих материалов поступает от поставщиков и заказчиков на давальческой основе, другая самостоятельно изготавливается.

Для удешевления строительства возникает необходимость точного учета и строгого контроля за рациональным приобретением, использованием материалов в ходе инвестиционного периода, начиная от подготовки территории к строительству и заканчивая завершающей подготовкой объекта к сдаче в эксплуатацию. Экономия МПЗ существенно влияет на себестоимость строительной продукции. Поэтому в число мероприятий по снижению затрат, как правило, необходимо включать замену дорогостоящих видов материалов на более дешевые и выбор поставщиков с адекватными ценами на реализуемые ими товары. При этом необходимо проводить мониторинг любых вносимых изменений в проект, контролировать соблюдение строительных нормативов для достижения высокого качества строительной продукции.

Таким образом, сфера строительной индустрии имеет ряд особенностей, которые отражаются на организации и методике учета МПЗ в строительстве.

АВТОМАТИЗАЦИЯ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА

Маг. Полякова А.А., гр. ВМАГ-Э-517

Научный руководитель: доц. Ларионова А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В настоящее время и «бюджетирование» не сводится лишь к определению доходов и расходов организации. Оно представляет собой базу для определения векторов развития компании, так как содержит информацию о деятельности компании, которая имеет экономическую ценность. Основная цель системы бюджетирования – оптимизировать информацию, отраженную в бюджете таким образом, чтобы любое подразделение организации могло в полном объеме и без ошибок отражать акты экономической деятельности.

Одним из инструментов такой оптимизации являются специализированные программы, направленные на автоматизацию бюджетирования. Они представляют собой электронную платформу, посредством которой происходит консолидация всех бюджетов организации.

Автоматизированная система бюджетирования позволяет проводить анализ текущих и будущих изменений, которые влияют на финансовое благополучие организации. Кроме этого, с помощью АСБ возможно планирование финансовых потоков по каждому центру финансовой ответственности.

Существует два подхода к внедрению АСБ. Первый – от автоматизации к методологии. Второй – наиболее оптимальный – от методологии к автоматизации.

В России внедрены автоматизированные системы бюджетирования как отечественных, так и зарубежных разработчиков. Неоспоримым преимуществом первых является интеграция с другими отечественными программами. Так, наиболее простым и универсальным АСБ служит Microsoft Excel. Эта программа достаточно универсальна и проста в использовании, однако, в условиях постоянно развивающихся предприятий, она не может в полной мере обеспечить качественный и всесторонний процесс бюджетирования. Среди других важно отметить «Инталев», «Галактика: Финансовый контур», «КИС: Бюджетирование». Среди зарубежных можно выделить Oracle Financial Analyzer (OFA), Hyperion Pillar, Adaytume.Planning.

Выбор, какую АБС внедрить зависит от многих факторов, таких как функциональность системы, стоимость внедрения (как денежная, так и ресурсная). Однако, объективно определить какая именно система подойдет для конкретной организации возможно только полагаясь на опыт организаций, в которых они уже внедрены.

РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ О КОМПАНИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Маг. Дубинина Н.В., гр. ВМАГ-Э-517

Научный руководитель: доц. Ларионова А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В связи с тем, что постоянно происходят изменения в бухгалтерском учете, информационная база для проведения анализа деятельности компании так же видоизменяется. Характер реформации бухгалтерского учета является не только качественным, но и количественным. Так, количественная реформация предполагает собой раскрытие большего количества информации о компании, для целей анализа ее деятельности.

Требование о достоверном отражении информации о деятельности компании вытекает из полноты раскрытия и предоставления информации. Информационная база – бухгалтерская (финансовая) отчетность существенно видоизменяется из-за сближения Российских стандартов бухгалтерского учета и Международных стандартов бухгалтерского учета

Информация о финансовом состоянии компании – является базой для анализа ее деятельности. Полнота раскрытия и достоверность информации о компании служит залогом качественного анализа. Важно уделить особое внимание информации, которая поясняет, дополняет, уточняет бухгалтерскую отчетность. Такая информация содержится в пояснении к бухгалтерской отчетности, в которой отражено финансовое положение компании в таких показателях как: платежеспособность, доходность деятельности, ликвидность, структурность капитала.

В ПБУ 7/98 «События после отчетной даты» установлен порядок раскрытия информации в пояснении бухгалтерской отчетности несмотря на то, что события повлиявшие на финансовое состояние компании произошли после отчетной даты, но до даты представления отчёта. Так же, компания должна раскрывать информацию о различных рисках, которые возможны в связи ее хозяйственной деятельностью – об этом указано в Информации Минфина России №ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности». В связи с этим, можно отметить, что дополнительная информация к бухгалтерской отчетности целесообразна и необходима для целей ее анализа.

ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИ БУХГАЛТЕРСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Маг. Ляпина Н.И., гр. МАГ-Э-518

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Бухгалтерская экспертиза – это одна из составляющих блока экономической экспертизы. Целью является получение полной и достоверной информации о хозяйственной и финансовой деятельности проверяемой компании, выявление возможных ошибок в бухгалтерском учете, установление соответствия норм и правил компании в области бухгалтерского учета законодательству Российской Федерации. Бухгалтерская экспертиза проводится в несколько этапов.

Этап 1. Заявка на назначение бухгалтерской экспертизы. Для целей бухгалтерской экспертизы заинтересованное лицо может подать ходатайство в суд. При его составлении должно быть записано следующее: цель проверки и перечень обстоятельств, послуживших основанием для проведения бухгалтерской экспертизы.

Этап 2. Оформление решения судьи о проведении экспертизы. После рассмотрения ходатайства суд выдает решение о проведении бухгалтерской экспертизы или об отказе в ее проведении.

Этап 3. Постановка задач специалисту. Перед началом экспертизы сотруднику экспертного учреждения назначаются задачи и формируются вопросы, на которые он должен ответить в ходе своего исследования.

Этап 4. Предоставление необходимых документов. Необходимые документы запрашиваются для бухгалтерской экспертизы. Список документов зависит от того, какие операции вызывают сомнения.

Этап 5. Согласование сроков с заказчиком. От того, кто инициировал экспертизу, зависит порядок установления сроков ее проведения.

Этап 6. Анализ предоставленных материалов. Анализируя представленные документы, эксперт сначала проверяет их оформление. После окончания визуальной проверки документов эксперт проверяет правильность и законность отражения хозяйственных операций в учете проверяемой компании.

Этап 7. Оформление отчета о проделанной работе. В конце проверки в письменной форме составляется отчет. Документ содержит разумные ответы на вопросы, заданные эксперту. Заключение составляется в 2-х экземплярах: один остается у экспертной компании, другой передается инициатору экспертизы.

В заключение хотелось бы отметить, что бухгалтерская экспертиза невозможна без высококвалифицированного специалиста, уполномоченного проводить подобные мероприятия. Поэтому к выбору эксперта следует подходить с особой тщательностью.

ЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Маг. Мусёна Г.И., гр. ВМАГ-Э-517

Научный руководитель: ст. преп. Ковалева О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В современной рыночной экономике система контроля выступает важным инструментом, позволяющим успешно осуществлять деятельность экономического субъекта. В процессе хозяйственной деятельности на предприятии постоянно воздействуют различные факторы риска неопределенности. Внутренний контроль позволяет выявить и свести к минимуму воздействие рисков, оказывающих негативное влияние на экономическую деятельность, обеспечивает ее непрерывность, повышая конкурентоспособность предприятия в бизнес-среде.

Анализируя мнения авторов в этой области, можно установить, что внутренний контроль представляет собой процесс, который обеспечивает выполнение контрольной функции управления хозяйствующего субъекта и, в то же время, внутренний контроль – это подсистема, которая интегрирована в общую систему управления предприятия, с целью обеспечения непрерывной и результативной деятельности экономического субъекта.

В России обязанность организации и ведения внутреннего контроля законодательно закреплена за субъектами экономической деятельности в Федеральном законе «О бухгалтерском учете». Кроме этого, введено также понятие самого внутреннего контроля банковскими, налоговыми и бюджетными отраслями права, но, уже с учетом специфических особенностей их профессиональной деятельности.

При организации на предприятии внутреннего контроля необходимо принимать во внимание его индивидуальную организационно-правовую форму, структуру внутренней среды и объемы деятельности.

Ключевой функцией внутреннего контроля является разработка: предложений по ликвидации выявленных ошибок; мероприятий по выявлению скрытых резервов для целей развития предприятия и повышению качества эффективности его управления. Немаловажным является возможность оказания информационной поддержки руководства предприятия.

Реализации внутреннего контроля на предприятии способствует достоверная отчетная информация, которая формируется для руководства по результатам проверки выявленных отклонений или зоны риска.

Итак, внутренний контроль на предприятии обеспечивает необходимый уровень: качества учета; защиты имущества; выявления и

мобилизации резервов, как материальных, так и финансовых. Грамотно построенный внутренний контроль повышает как уровень эффективности расходования ресурсов, в частности, так и успешного управления предприятием в целом.

ОЦЕНКА СУЩЕСТВЕННОСТИ И АУДИТОРСКОГО РИСКА

Маг. Кудьярова П.В., гр. МАГ-Э-518

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Современные рыночные отношения диктуют нам высокий уровень оказания аудиторских услуг. Качество аудиторских услуг и качество аудиторского заключения зависит от профессиональной компетентности и опыта аудиторов.

Существенность в аудите – это вероятность того, что аудиторские процедуры, которые применяются для аудиторской проверки, позволят установить наличие ошибки в отчетности экономического субъекта.

На современном этапе экономических преобразований роль аудита, в качестве инструмента измерения и увеличения процента достоверности управленческой и экономической информации, значительно увеличился. Большая часть этой информации сосредоточена именно в финансовых отчетах субъекта хозяйственной деятельности.

Аудиторские стандарты устанавливают только самые общие правила проведения проверок. Это относится и к определению уровня существенности. Аудитор самостоятельно выбирает методику расчета данного показателя. При этом необходимо принимать во внимание величину аудиторского риска. Он, по сути, представляет собой совокупность рисков, которые зависят как от проверяемого предприятия, так и от методов, применяемых специалистом. Аудитор на этапе планирования проверки оценивает составляющие риска, обусловленные спецификой проверяемого субъекта. После этого с учетом полученной информации производится расчет уровня существенности. Он должен быть таким, чтобы аудитор мог обеспечить общий уровень риска при оптимальном количестве и трудоемкости проводимых процедур.

Нередко в процессе проверки аудитор, получив информацию, изменяет свое мнение об уровне «внутрихозяйственного» риска. В этом случае необходимо изменить и уровень существенности, таким образом, чтобы показатели риска и проводимые аудиторские процедуры были оптимальными с учетом всей совокупности имеющихся данных.

Аудитор должен предложить руководству проверяемой организации внести в установленном порядке исправительные проводки по устранению замеченных им нарушений. В случае если отмеченные в ходе аудита и

искажения бухгалтерской отчетности имеют существенный характер, несогласие руководства проверяемой организации с внесением исправлений может служить основанием для подготовки аудитором аудиторского заключения по итогам проверки, отличного от безусловно положительного.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РАЗРАБОТКИ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА

Маг. Багрянова Н.Е., гр. МАГ-Э-517

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Согласно международным стандартам аудита «внутренний аудит – это оценочная деятельность, осуществляемая внутри субъекта как услуга, предназначенная для субъекта. Одной из функций внутреннего аудита является изучение, оценка и мониторинг адекватности и эффективности систем бухгалтерского учёта и внутреннего контроля». Из этого определения следует то, что для нужд самого предприятия предназначен внутренний аудит, поэтому это учитывается при разработке его модели.

В модели внутреннего аудита предусматриваются функции:

оценка достоверности отчётности (как внешней, финансовой и регуляционной, так и внутренней, управленческой);

проверка сохранности активов, целесообразности и экономической эффективности операций;

соблюдение законодательства, требований нормативных документов и договорных обязательств.

Объекты внутреннего аудита должны быть важны и чётко определены именно для того предприятия, на котором проходит проверка.

Модель организации внутреннего аудита включает 4 блока объектов: руководство компании (аудит деятельности руководства по принятию управленческих решений, по планированию, организации движения ресурсов);

финансовый блок (анализ всей бухгалтерской отчётности, всех хозяйственных операций, технико-экономических показателей);

операционный блок (аудит основного процесса производства);

административный блок (аудит столовой, библиотеки, спортзала, почты, химчистки и др.).

Предусмотрена необходимость контроля следующих процессов:

взаимосвязи между функциями и обязанностями сотрудников;

систематические проверки работы каждого сотрудника, включая их подотчетность;

создание инструкций на случай возникновения чрезвычайных, критических, кризисных моментов.

Исходя из международного опыта принято, что аудиторы, кроме непосредственного проведения внутреннего аудита должны предоставить рекомендации по улучшению ситуации на предприятии. При этом аудиторы несут ответственность перед руководством как за полученные в ходе аудита выводы, так и за те рекомендации, которые они разработали.

САМОЗАНЯТОЕ НАСЕЛЕНИЕ: ОСНОВЫ СПЕЦИАЛЬНОГО РЕЖИМА

Маг. Зырянова К.С., гр. ВМАГ-Э-517

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

С 1 января 2019 г. вступил в силу новый специальный налоговый режим: «Налог на профессиональный доход». Согласно ч.1 ст.1 Федерального закона от 27.11.2018г. №422-ФЗ применение спецрежима распространяется на территории города и области Москвы, Калуги и республики Татарстан. Плательщики НПД именуются «Самозанятыми».

Основными критериями для применения НПД являются:
вид деятельности не требует обязательной регистрации ИП;
ведение деятельности на территории утверждённых субъектов РФ;
для получения дохода не используется наёмный труд;
годовой доход самозанятых не должен превышать 2,4 млн. руб. в год.

Одним из положительных аспектов специального налогового режима является полное освобождение от сдачи налоговой, бухгалтерской и прочей отчётности.

Закон о налоге для самозанятых предусматривает, что налоговая база – это денежное выражение дохода, полученного от реализации товаров, работ, услуг. Доходы признаются по «кассовому методу», т.е. на дату получения денежных средств.

Новый налог НПД предусматривает два вида ставок:

4% – в отношении доходов от реализации в пользу физических лиц;

6% – от реализации в пользу ИП и юридических лиц.

Согласно законодательству, если плательщик НПД получает доходы, в отношении которых установлены разные ставки, то и налоговую базу необходимо определять отдельно.

Был проведен сравнительный анализ уплаты налогов и взносов при возможности заключения договора с самозанятым лицом. Переход от трудового договора к договору с самозанятым лицом позволит работодателю снизить свои расходы на оплату труда работников, так в

этом случае расходы можно классифицировать не как оплату труда, облагаемую страховыми взносами, а как расходы на оплату услуг.

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ РИСК-ОРИЕНТИРОВАННОГО АУДИТА

Маг. Шорохова В.В., гр. ВМАГ-Э-518

Научный руководитель: доц. Ларионова А.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Деятельность любого предприятия подвержена влиянию множества факторов риска. Одни факторы риска способны спровоцировать реализацию конкретного риска самостоятельно, другие – только в комбинации с другими факторами риска. Факторы риска оказывают влияние не только на эффективность функционирование процессов предприятия, но и на искажение его бухгалтерской (финансовой) отчетности. Анализ данных факторов риска в процессах, в которых они зарождаются и / или на которые они влияют, позволяет аудитору оценить существенность данных явлений, вероятный аудиторский риск и сформировать наиболее оптимальную программу своей работы (проверки). В этом и заключается суть риск-ориентированного подхода к аудиту – понять, что и насколько существенно может исказить бухгалтерскую (финансовую) отчетность предприятия, и, на основании данных фактов, определить масштабы возможного аудиторского риска, а также предложить наилучший способ нивелирования данных негативных фактов.

Качество рекомендаций по управлению рисками или устранению возникших последствий рискованных ситуаций, которые может предложить аудитор на основе их идентификации и оценки, напрямую зависит от того, насколько корректно будет составлена программа проверки предприятия, всесторонне охватывающая большой объем элементов, а также выбраны процедуры, используемые в этом процессе.

Считаем, что современная концепция риск-ориентированного аудита должна развиваться, в частности, по направлениям, позволяющим в процессе аудиторской деятельности:

- 1) предотвращать неблагоприятный выбор решения проблем (в части вложения средств в менее доходный проект в сравнении с доходными);
- 2) снижать стоимость дорогостоящей проверки выгодности альтернативного проекта (определение состояния оценки проекта, а именно рациональности возможных издержек в сравнении с ожидаемой прибылью от его реализации);
- 3) оценивать риски возникновения проблем по причинам недобросовестности руководства и несоблюдения законодательства аудируемым лицом в ходе отражения фактов его хозяйственной жизни.

При проведении риск-ориентированного аудита высока вероятность вовлечения аудиторов в конфликт интересов руководства и собственников, что требует более детализированного выделения критериев оценки качества аудита, определяющих обоснованность и понятность мнения аудитора для этих пользователей аудиторского заключения.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СУБЪЕКТА МАЛОГО БИЗНЕСА

Маг. Данилова А.А., гр. МАГ-Э-517

Научный руководитель: проф. Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Субъекты малого бизнеса заинтересованы, чтобы быть рентабельными и конкурентоспособными. При этом им необходимо решать комплекс проблем, разрабатывать и реализовывать мероприятия по достижению высоких экономических показателей и финансовых результатов. Считаем, что для этого предприятиям малого бизнеса целесообразно проводить внутренний аудит и развивать системы внутреннего контролирования, то есть использовать приемы повышения результативности хозяйственной деятельности, которые обычно характерны для крупных и средних предприятий.

Исследование деятельности малых предприятий показывает, что все чаще у них появляется потребность в проведении внутреннего аудита. Это в организации обусловлено необходимостью сокращения нерациональных затрат, предотвращения утрат и хищений вещественных и валютных ресурсов. Кроме того, диктуется периодическим обновлением законодательных актов, регулирующих механизмы финансовых способов управления и финансовых отношений субъектов малого бизнеса с их сегментами и государством. Внутренний аудит малых предприятий могут осуществляться не только его работники, но и приглашенные самостоятельные аудиторы.

На основе результатов проведения внутреннего аудита в субъектах малого бизнеса можно проследить результативность процедур внутреннего контроля (ревизия основных бухгалтерских систем и внутреннего контроля). В ходе этого аудита целесообразно проводить анализ экономического и управленческого материала компании. Так, он содержит в своем составе обобщающую ревизию способов подготовки, фиксирования, систематизации информации и составления отчетности на ее базе, а также требования в отношении отдельных ее составляющих. Внутренний аудит контролирует показатели экономии, производительности, результативности и эффективности. Так же проводится контроль деятельности аудируемого лица в соответствии с

требованиями законодательства РФ, нормативных актов и указаний, предписаний и исполнения внутренних приказов руководства.

Главной целью внутреннего аудита является обеспечение высокой производительности функционирования всех видов управленческого учета на всех уровнях управления, а также аргументированная защита законных интересов организации и ее владельцев.

Таким образом, внутренний аудит не только помогает контролировать правильность использования активов, а также обеспечивать их сохранность, но и контролирует денежную политику и качество менеджмента, тем самым повышает эффективность деятельности субъекта малого бизнеса.

ФУНКЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Маг. Данилова В.А., гр. МАГ-Э-517

Научный руководитель: доц. Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Внутренний аудит – это одна из внутренних систем, организованная на экономическом субъекте в интересах его собственников и регламентированная его внутренними документами, что связано с необходимостью надежного функционирования системы внутреннего контроля, соблюдения установленного порядка ведения бухгалтерского учета и достижения экономического роста от деятельности предприятия.

Проведение внутреннего аудита чаще всего способствует улучшению, систематизированию и оптимизации работы предприятия в целом. Руководство в большей степени заинтересованно в высоких финансовых показателях организации и соответственно в создании службы внутреннего аудита, деятельность которой направлена на повышение результативности работы каждого подразделения и предприятия в целом.

Чаще во внутреннем аудите нуждаются достаточно крупные предприятия, так как руководство не всегда успевает контролировать деятельность. Важно то, что осуществляемые проверки дают возможность получать достоверную информацию по каждому из участков учета на предприятии, анализ которой и своевременное принятие мер по устранению недостатков способствуют минимизации финансовых рисков. Предприятие, решающее проблемы снижения угроз ожидаемым результатам, может проводить внутренний аудит самостоятельно, например, внутренним отделом контроля или по внешним аудиторским договорам.

При проведенном исследовании особенностей внутреннего аудита выделены следующие его основные функции: планирование, контроль, консультирование и мотивация. Так, проведение мониторинга, проверок, а

также мотивированное консультирование по аспектам, в частности, соблюдения требований учетной политики, инструкций, указаний, по улучшению системы внутреннего контроля, показателей бухгалтерского учета, реализации инновационных проектов могут способствовать достижению эффективной деятельности всего коллектива предприятия.

Внутренний аудит предприятия распространяется на все элементы бизнес-процесса, на оценку достоверности управленческого и финансового учета, включая и проверку эффективности деятельности персонала.

СНИЖЕНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Маг. Савина Н.С., гр. ВМАГ-Э-517

Научный руководитель: ст. преп. Ковалева О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

При создании любой организации перед предпринимателем стоит вопрос выбора системы налогообложения. Целью оптимизации налогообложения является расчет наименьшей налоговой нагрузки.

Для снижения налоговой нагрузки предлагаются «льготные» системы налогообложения.

Упрощенная система налогообложения (УСН) и ее региональные льготы. У «упрощенцев» единый налог рассчитывается кассовым методом и понижается путем уменьшения налогооблагаемой базы на сумму обязательных платежей обязательного страхования (социального, медицинского и пенсионного).

Организации-упрощенцы используют региональные льготные ставки. Например, для объекта «доходы» ставка налога в определенном регионе варьируется в диапазоне от 1% до 6%. Для объекта «доходы минус расходы» в диапазоне от 5% до 15%.

Единый налог на вмененный доход (ЕНВД). Плюс данного режима – это отсутствие необходимости уплаты НДС, налога на прибыль, налога на имущество, а также уменьшение суммы ЕНВД на сумму произведенных страховых взносов. Взамен уплачивается единый налог.

Также, субъекты малого предпринимательства могут применять корректирующие коэффициенты, дающие возможность налогоплательщику учитывать разные внешние факторы, которые влияют на размер дохода, и, исходя из этого, уменьшить размер налоговой базы.

Патентная система налогообложения (ПСН). ПСН освобождает налогоплательщика от НДС, НДФЛ, налога на имущество физических лиц. Налог рассчитывается исходя из потенциально возможного дохода, который устанавливается региональными властями.

Сочетание УСН с ЕНВД. Оптимизацию можно отобразить в сочетании нескольких «удобных» систем налогообложения. Например, предприятие, работающая по УСН, может открыть отдел, который будет применять ЕНВД. Это разрешит в случае повышения объема продаж сэкономить на налогах, так как уплата ЕНВД не зависит от дохода.

Наряду с вышеперечисленными режимами налогообложения субъекты малого предпринимательства могут применять на свое усмотрение и общую систему налогообложения (ОСНО).

ЗАДАЧИ АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Маг. Петров Е.А., гр. МАГ-Э-518

Научный руководитель: ст. преп. Ковалева О.Н

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Денежные средства являются важным показателем ликвидности предприятия. Для эффективного использования денежных средств, предприятию необходимо правильно вести их анализ, что обуславливает актуальность выбранной темы.

К задачам анализа денежных средств относят рассмотрение отчета организации об источниках денежных средств и их использовании, прямо или косвенно отражая денежные поступления с классификацией по основным источникам и денежных выплат с классификацией по основным направления использования в течении периода, отражая в Отчете о движении денежных средств на отчетную дату.

Рассматриваются два метода анализа денежных средств: прямой, при котором информационной базой является выручка; косвенный, при котором исходным элементом является прибыль. К основным проблемам при анализе денежных средств относятся нестабильная рыночная конъюнктура, несовершенная законодательная база и обуславливается необходимостью представлять отчетную информацию о движении денежных средств предприятия в разрезе текущих, инвестиционных и финансовых операций. Так, текущей считается деятельность организации, которая преследует извлечение прибыли при основной деятельности, например, при производстве промышленной продукции, при выполнении строительных работ, при оказании услуг посредством торговли, общественного питания, сдачи имущества в аренду.

Инвестиционной считается деятельность организации, связанная с капитальными вложениями организации в связи с приобретением земельных участков, зданий и иной недвижимости, оборудования, нематериальных активов и других внеоборотных активов, а также их продажей; с осуществлением долгосрочных финансовых вложений в

другие организации, выпуском облигаций и других ценных бумаг долгосрочного характера и т.п.

Финансовая деятельность связана с финансами и отличается от инвестиционной деятельности краткосрочным характером вложения средств и действия выпущенных ценных бумаг.

Для решения задач эффективного анализа денежных средств необходимы следующие мероприятия: разработка единого положения с терминологией, повышение качества базы, на основе которой делается анализ выявления факторов, влияющих на денежные средства.

ИЗУЧЕНИЕ ВАРИАБЕЛЬНОСТИ АРТЕРИАЛЬНОГО ДАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА

Студ. Пшеничникова А.О., гр. МИМ-117; Пьянова В.А., гр. МВС-117

Научный руководитель: доц. Михеев А.А.

Кафедра Высшей математики

Артериальное давление характеризует работу сердца человека и, следовательно, состояние кровеносной системы. Оно определяется двумя составляющими: систолическим (верхним) давлением, которое показывает давление в артериях, когда сердце максимально сокращается и выталкивает кровь в кровеносную систему и диастолическим (нижним), которое показывает давление в артериях в момент максимального расслабления сердечной мышцы. Таким образом, указанные характеристики содержат в себе обширную и важную информацию о здоровье человека.

Цель настоящей работы состоит в изучении поведения систолического и диастолического давления с течением времени и взаимосвязи между ними. Методом такого изучения служит формализм математической статистики. Объектом изучения являются полученные в ходе годового наблюдения медицинские показатели взрослого человека.

Имеющиеся данные являются временным рядом, поэтому на первой стадии изучения выявлялась их структура и свойства. Для применения методов статистики требовалась стационарность временного ряда, которая нарушается присутствием в нём неслучайной составляющей. Гипотеза о постоянстве средних значений верхнего и нижнего давления была отвергнута на уровне значимости 0,05, и соответствующие временные ряды признаны нестационарными.

Изучение коррелограмм позволили сделать заключение о наличии в верхнем давлении трендовой составляющей, а в нижнем – сезонной.

Были получены уравнения трендов обоих рядов, и сезонной компоненты нижнего ряда. В дальнейшем эти составляющие были исключены из исходных рядов.

После вычета неслучайных компонент по критерию Пирсона для каждого ряда проверена гипотеза о их нормальном распределении, которая была принята на уровне значимости 0,05, поэтому остаток каждого ряда рассматривался как выборка некоторой случайной величины, подчиняющейся нормальному распределению.

Разница между средними значениями верхнего и нижнего давления имеет локальные экстремумы с периодичностью примерно в один месяц.

В ходе исследования было выяснено, что верхнее и нижнее давление находятся в тесной взаимосвязи.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ РЕГРЕССИОННОГО И КОРРЕЛЯЦИОННОГО АНАЛИЗА В ФИНАНСОВОМ ПЛАНИРОВАНИИ В ИТ-СЕКТОРЕ

Студ. Гусаревич И.А., гр. МВА-18

Научный руководитель: асс. Штепин Д.В.

Кафедра Высшей математики

Целью данной работы является построение простой в применении модели финансового плана для индивидуального предпринимателя, показывающей зависимость выручки автора (веб-дизайнера и веб-программиста) от различных факторов его деятельности. Используемые автором инструменты корреляционного и регрессионного анализа обладают куда большей устойчивостью и точностью в сравнении с обычными методами финансового планирования.

В работе были использованы данные по числу полученных заказов, условной стоимости часа работы фрилансера, указываемой в профиле, по привлечению других фрилансеров для выполнения части работ на субподряде – все это за два года работы автора на фриланс-бирже.

В ходе исследования были выявлены корреляции между совокупной месячной выручкой, а также перечисленными факторами, построены линии регрессии.

Результатом работы является гибкий в использовании финансовый план, в котором, варьируя факторы передачи части работ в субподряд, указываемой условной стоимости часа и др. – можно получить прогнозируемый объем месячной выручки.

Актуальность работы заключается в применении строгих математических инструментов вместо обычно практикуемого финансового планирования «в обратном порядке», когда план строится, исходя из целей и задач предпринимателя, а не реально имеющихся данных.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КАМПАНИЙ

Студ. Пузанов М.А., гр. МВА-18
Научный руководитель: асс. Штепин Д.В.
Кафедра Высшей математики

Цель данной работы – создание математически точного инструмента для определения эффективности разного рода маркетинговых активностей: редизайн сайта, ребрендинг, постоянно работающие контекстные и баннерные рекламные кампании.

Основной недостаток текущих методов оценки эффективности, которые применяют в своей практике маркетологи – невозможность полностью устранить влияние сторонних факторов на целевые показатели такие, как число конверсий, показатель отказа, СРС и конверсия в покупку рекламных объявлений. В данной работе автор применяет Т-критерий Вилкоксона для определения, действительно ли сами маркетинговые активности привели к изменению целевых показателей, или изменение произошло вследствие внешних факторов.

В ходе исследования были проанализированы данные по конверсии одной из созданных автором и работающих посадочных страниц до и после внесения изменений в структуру страницы и в форму размещения заказа. В ходе расчетов была отвергнута нулевая гипотеза о том, что изменение структуры сайта не повлияло на конверсию.

Был построен простой в использовании программный интерфейс, позволяющий в дальнейшем применять метод для любых других маркетинговых активностей: пользователю достаточно подставить данные целевых показателей «до» и «после» активности. В работе был использован тест Вилкоксона для больших выборок, поэтому применение инструмента рекомендуется только для достаточных выборок, от 50 и выше измерений целевого показателя.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ
МЕТОДА ОБЪЕКТИВНОГО МАТЕМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА
В РАМКАХ СТАТИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
К ОЦЕНИВАНИЮ ПРЕТЕНДЕНТОВ НА ПРИЗОВЫЕ МЕСТА
В РЕАЛЬНОМ КОНКУРСЕ КРАСОТЫ**

Студ. Редькина Д.А., Топильская А.Ю., гр. ЭМУ-115

Научные руководители: доц. Голованова Н.Ф., преп. Джавадов Т.А.

Кафедра Высшей математики, кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В работе Редькиной Д.А., Топильской А.Ю., Головановой Н.Ф. «Объективный математический метод решения задачи выбора победителей в конкурсах красоты в рамках теории игр» на основе объективного математического метода решения задачи выбора в рамках теории игр и статистических решений были предложены методика и сценарий деловой игры «Конкурс красоты». В работе по сценарию рассматривались анкеты участников, отражающие три совокупности данных: внешние, внутренние данные и общественное мнение. Экспертами разрабатывались таблицы численных оценок важности (выигрышей) для каждого призового места всех данных по десятибалльной шкале. С помощью этих таблиц для каждой кандидатуры на призовое место составлялись матрицы выигрышей отдельно по каждой совокупности данных, в которых строки соответствуют данным, а столбцы призовым местам (стратегиям). Затем эксперты с помощью трёх критериев Вальда, Сэвиджа и Гурвица находят оптимальное решение для каждой матрицы: оптимальный выигрыш и стратегию, т.е. место, которому кандидатура больше подходит. Совпадение по трём критериям для призового места в какой-то мере обеспечивает однозначность выбора. Для примера была сыграна игра с шестью призовыми местами и шестью претендентками. Надо отметить, что ручная обработка матриц занимает много времени. При рассмотрении реального конкурса с большим количеством претендентов из-за ограниченности времени обработки нужны эффективные и быстрые ИТ методики обработки таблиц и матриц. В данном докладе приводятся результаты применения эффективных методик к оцениванию претендентов на призовые места реального конкурса красоты с числом участников более десяти человек.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КУРСА КРИПТОВАЛЮТ РАЗНЫМИ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИМИ МЕТОДАМИ

Студ. Иванов М.М., Иванцова И.А.,

Королькова А.В., Тимченко А.В., Шашура Е.В., гр. ЭБ-16

Научный руководитель: доц. Голованова Н.Ф.

Кафедра Высшей математики

Криптовалюта – это децентрализованная финансовая единица, операции с которой анонимны и осуществляются при помощи специально разработанной технологии блокчейн. Среди популярных валют наиболее известной является Биткойн. Эту криптовалюту активно изучают центральные банки и правительства многих стран. В ее истории отмечен необычный всплеск стоимости в 2017 г. В данной работе получено описание трендов и прогнозы курса биткойна до первого мая 2018 г. двумя эконометрическими методами: регрессионным и методом временных рядов. В основе этих описаний лежит математический метод наименьших квадратов. В регрессионном методе, где переменной является время x , для получения тренда распределения y были использованы функции: линейная, квадратичная и показательная. Наилучшее описание реальных цен сделок в долларах США с биткойнами получено в расчетах с показательным распределением $y = 771.39 \exp(0.0067x)$. Коэффициент детерминации, характеризующий тесноту связи x и y для этой модели, оказался равным $R^2 = 0.9081$. Тренд экспоненциального распределения очень хорошо согласуется с данными о сделках вплоть до 320 дня существования валюты до большого максимума и реалистично описывает ситуацию за ним с реалистичным прогнозом роста на начало апреля. В максимуме распределений цен сделок экспоненциальное распределение меньше реальных данных в 2,5-3 раза. Резкий скачок цен сделок с 325 по 360 день многие финансовые аналитики связывают с целенаправленным интересом к инвестициям в криптовалюты крупного, зачастую «теневого» капитала, а также с широким распространением технологий «добывания» (майнинга) криптовалют. Методом временных рядов была исследована степенная модель для тренда с учетом зависимости нормально распределенной случайной переменной от времени. В этой модели рассматривалась статистика от 11 мая до 25 ноября 2017 года. Данная модель имеет высокий коэффициент детерминации $R^2 = 0.901$. Методом интервального прогнозирования степенной функции зависимости цены биткойна от количества проведенных операций с ним было выявлено, что все реальные значения попадают в доверительный интервал, а модель адекватна.

ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРЫ ПОТОКОВ НА ЭКЗЕРГЕТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕПЛООБМЕННИКА

Студ. Мартынова В.В., гр. ЭЭ-18

Научный руководитель: проф. Булеков А.П.

Кафедра Высшей математики

Приведены результаты исследования работа рекуперативного кожухотрубного теплообменника. Режимные и конструктивные параметры работы аппарата соответствовали технологическому режиму работы вспомогательного узла нагрева сушильного агента в аппарате с активной гидродинамикой. Оценка эффективности работы теплообменника определялась на основе соответствующих статей теплового и экзегетического балансов.

Установлено, что экзегетический К.П.Д. позволяет в отличие от теплового более точно оценить степень использования энергетического потенциала теплоносителя. На основе полученных результатов предложены методика и соответствующие расчетные формулы для оценки эффективности работы теплообменника с учетом структуры используемых энергетических потоков.

Иллюстрацией практической значимости результатов проведенных исследований служат представленные в работе уравнения для оценки экзегетических показателей работы рекуперативных теплообменников на основе их кинетики. В качестве предельных схем движения теплоносителей в теплообменнике используются канонические режимы, а именно: противоток и прямоток. Учет отличия реальной гидродинамической обстановки в аппарате от канонической производится введением безразмерного гидродинамического комплекса. Необходимые для его оценки формулы для типовых конструкций теплообменников приведены в работе.

Разработанный алгоритм и расчетные соотношения, необходимые для его реализации, могут быть использованы при анализе действующего, а также при проектировании нового теплоиспользующего оборудования. Это обусловлено использованием в них безразмерных комплексов и критериев, что расширяет область их применения для целого класса подобных явлений.

ФРАКТАЛЫ И ИХ ПОСТРОЕНИЕ В ПРОГРАММЕ APOPHYSIS

Студ. Яралова Д.А., гр. ХХ-218

Научный руководитель: доц. Суетин В.Ю.

Кафедра Высшей математики.

Определение фрактала (от лат. Fractus – состоящий из фрагментов), предложенное Бенуа Мандельбротом в 1975 году, звучит так: «Фракталом называется структура, состоящая из частей, которые в каком-то смысле подобны целому». Рождение фрактальной геометрии принято связывать с выходом книги Б. Мандельброта «The Fractal Geometry of Nature».

Фракталы подразделяются на геометрические, алгебраические и стохастические.

Геометрические фракталы получают с помощью ломаной в двумерном пространстве (или поверхности в трехмерном), называемой генератором. За один шаг алгоритма каждый из отрезков, составляющих ломаную, заменяется на ломаную-генератор, в соответствующем масштабе. В результате получается геометрический фрактал.

Алгебраические фракталы получают с помощью нелинейных процессов в n -мерных пространствах. Наиболее изучены двумерные процессы. Примером может служить множество Мандельброта. Алгоритм его построения достаточно прост и основан на простом итеративном выражении. Итерации выполняются для каждой стартовой точки подмножества комплексной плоскости.

У стохастических фракталов параметры меняются случайным образом, в результате чего получаются несимметричные деревья.

Фракталы нашли широкое применение в различных областях науки и техники. В компьютерной графике фракталы применяются для построения изображений природных объектов; в физике – при моделировании нелинейных процессов. Фракталы также используются при моделировании пористых материалов, для описания систем внутренних органов и моделирования популяций (в биологии), для создания биржевых автоматов.

Для генерации фракталов и сохранения их в виде картинки существуют различные компьютерные программы, одна из которых Aporhysis. Задачей моего исследования было знакомство с теорией фракталов и получение фракталов из примитивов с использованием указанной программы.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО БРЕНДОВОГО ПОРТФЕЛЯ

Маг. Дудина С.В., гр. ВМАГ-М-118

Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Актуальность проблемы формирования стратегического брендового портфеля компании определяется тем, что создание и управление брендовым портфелем является значимой для любой организации, так как бренды являются ее важным стратегическим активом. Очень важно на этапе формирования портфеля брендов определить его конфигурацию и его состав. Конкурентоспособность компаний в значительной степени определяется использованием методов стратегического бренд-менеджмента в формировании и развитии портфеля брендов.

В сферу управления портфелем брендов входит процесс принятия таких решений, как добавление, ликвидация, приобретение новых брендов, добавление инноваций и т.д. Создание портфельной стратегии направлено прежде всего на укрепление конкурентоспособности организации в целом, увеличение охвата и сохранение, либо достижение рыночного превосходства в процессе игры на «шахматной доске конкуренции», где каждому бренду соответствует своя четкая роль.

Помимо этого, целью брендового портфеля должно быть достижение ясности среди товарных предложений не только для покупателей, но и для сотрудников и партнеров компании (таких как ритейлеры, рекламные агентства и т.д.). Очень важно, чтобы брендовый портфель способствовал достижению стратегических целей компании. Так же важно при разработке стратегического брендового портфеля компании сосредоточиться на сбалансированности портфеля и достижения устойчивого конкурентного положения компании на определенном сегменте рынка.

Следует также отметить тот факт, что долгосрочное эффективное управление брендовым портфелем предусматривает возможное изменение ролей, играющих брендов в портфеле и взаимоотношений, как между отдельными элементами бренда, так и между самими брендами.

Для достижения данной цели требуется решение следующих задач: определение понятия: «брендовый портфель», выявление его необходимости в маркетинговой стратегии организации; провести сравнение особенностей в использовании различных моделей построения портфеля брендов; выявить особенности индустрии моды, влияющие на использовании различных моделей построения портфеля брендов; разработать предложения по формированию и развитию брендового портфеля компании, относящейся к индустрии моды.

ВЫЯВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ПУТЕЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Нефедова О.С., гр. ВМАГ-М-117
Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.
Кафедра Экономики и менеджмента

Управление платежеспособностью организации обеспечивается инструментами финансового менеджмента, позволяющими разрабатывать комплекс мероприятий для обеспечения финансовой гибкости и положительных потоков денежных средств.

Определение наиболее оптимальных инструментов финансового менеджмента для решения стратегических задач организации основывается на использовании методов технологии принятия управленческих решений. К таким современным технологиям относится метод анализа иерархий (МАИ). В качестве критериев выбраны основные функции, которые выполняют денежные потоки организации в деятельности хозяйствующего субъекта: синхронизация во времени притоков и оттоков денежных средств (X1); максимизация притоков денежных средств (X2); оптимизация оттоков денежных средств (X3). На основе выбранных критериев, предложено четыре сценария решения поставленной проблемы: совершенствование системы бюджетирования, как способ долгосрочного планирования и прогнозирования ДП (бюджетирование, а именно бюджет доходов и расходов) (У1); создание механизма обеспечения контроллинга за расходованием и погашением взятых обязательств (управление оттоками денежных средств (лизинг, кредит, контроллинга) (У2); управление притоками денежных средств (факторинг, кредит) (У3); совершенствование финансовых инструментов компании (долгосрочные договора, условия поставок и т.д.) (У4). Расчеты значений вектора глобального приоритета показали, что наибольшее значение, а следовательно, и наибольшую значимость имеет совершенствование системы бюджетирования, как способ долгосрочного планирования и прогнозирования ДП (34%).

При этом альтернативы способствующие достижению поставленной цели путем создания механизма обеспечения контроллинга за расходованием и погашением взятых обязательств и совершенствованию финансовых инструментов организации играют не менее важную роль при решении проблемы стратегического управления платежеспособностью организации, занимая долю в 0,23 и 0,27 соответственно. При определении наиболее эффективных путей решения проблемы стратегического управления платежеспособностью организации можно использовать

полученные в результате исследования значения векторов глобального приоритета.

НЕРАВЕНСТВО ДОХОДОВ И ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА РОССИИ

Студ. Попов Е.Г., гр. СГ-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Рыночная экономика – бесстрастный механизм. Поэтому для эффективной работы рынка необходима фундаментальная система институтов, определяющих мотивацию экономического и социального поведения, а также форму социально-экономической стратификации общества, пропорции между доходами различных социально-профессиональных групп и масштабы экономического неравенства. Поддержка этой системы институтов является неотъемлемой функцией государства. Рынок, не ограничиваемый нерыночными институтами перераспределения, ведет к неограниченному росту экономического неравенства, относительному обнищанию большинства населения, допуская сосуществование очень низких и очень высоких доходов, что мы и наблюдаем сегодня в России.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что основная проблема неравенства бедности населения России лежит не в плоскости недостатка ресурсов, а в механизмах их распределения. Суть проблемы заключается в том, что существующие сегодня механизмы формирования и перераспределения доходов настроены в пользу богатых, большая доля совокупного роста доходов уходит на рост доходов наиболее обеспеченных слоев населения, а на повышение доходов наименее обеспеченных остается самая малая часть.

Так как же действовать в таких условиях и какой должна быть политика государства.

Во-первых, система мероприятий по снижению масштабов неравенства и бедности может быть профинансирована не за счет дополнительных расходов бюджета, а за счет дополнительных налоговых поступлений, необходимо перейти от пропорционального налогообложения к прогрессивному налогообложению семейных доходов населения.

Во-вторых, важным моментом в политике государства является его социальная политика. Главной ошибкой социальной политики, проводимой в России, является то, что она продолжает строиться по «остаточному» принципу. Это означает, что упор делается на оценивание

от достигнутого уровня, а не от реальной потребности для решения имеющихся проблем.

В-третьих, государство должно иметь поддержку со стороны такой массовой прослойки общества как средний класс. Решив данные проблемы, мы сможем не только сократить неравенство, но и расширить границы среднего класса. Ведь чем сильнее средний класс, тем эффективнее экономика страны.

РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Сейдеева А.К., гр. ВМАГ-У-117

Научный руководитель: доц. Николаева Л.Н.

Кафедра Экономики и менеджмента

Имидж организации формируется представлениями людей. Каждый элемент структуры положительного восприятия должен быть информативно заполнен организацией, иначе массовое сознание может заполнить недостающие элементы информации самостоятельно, что может отличаться от реального положения дел в компании. Внедрение имиджа организации в подсознание общественности не может заканчиваться лишь на показе нескольких рекламных роликов. Положительный имидж сформирует устойчивое, позитивное представление о предприятии и долго будет работать на развитие организации.

Работа по формированию устойчивого и оригинального имиджа организации является творческим процессом. Разрабатывается целый спектр услуг и логических действий, такие как связь со СМИ посредством организации брифингов и пресс-конференций, написание статей о фирме, о сотрудниках, радиорепортажи, издание фирменного журнала и газеты, спонсорство или участие в выставках, семинарах и других мероприятиях.

Каждое событие может быть информационным поводом, за счет которого в СМИ появится информация о фирме, о ее благоприятном влиянии на общество. Такого рода мероприятия очень эффективны, они не только создают положительный имидж компании, но и способствуют его поддержанию.

Данная проблема в современных условиях ведения бизнеса является весьма актуальной. Теоретические основы и практические рекомендации в области формирования имиджа организации изложены в работах таких авторов, как Синяева И.М., Беляева М.А., Самкова В.А., Морган Г., Василенко И., Решетникова И.И., Чумиков А. и т.д. Авторы этих работ отмечают, что «коммуникационный менеджмент» направлен на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой.

В процессе исследования предполагается изучить отечественный и зарубежный опыт использования коммуникаций в формировании положительного имиджа организации, изучить специфику и особенности влияния коммуникаций на формирование имиджа организации, проанализировать структуру и этапы осуществления PR-мероприятий, выявить наиболее эффективные инструменты продвижения компании и разработать практические рекомендации для формирования положительного имиджа.

ОБУЧЕНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Маг. Шитлович А.Н., гр. ВМАГ-У-117
Научный руководитель: проф. Радько С.Г.
Кафедра Экономики и менеджмента

«Непрерывное обучение – ключ к успеху в XXI столетии. Пожизненная учеба – это минимальное требование для успеха сотрудника в любой сфере деятельности», именно в этом убежден предприниматель и популярный писатель Брайан Трейси. Действительно, обучение и повышение квалификации работников предприятия имеет важное значение и является одним из основных резервов роста эффективности предприятия. В настоящее время предприятия обладают экономической самостоятельностью, становятся объектом товарно-денежных отношений и отвечают за результат деятельности. Ключевым фактором для стабильного развития, эффективной работы и устойчивого положения на рынке является сформированная система обучения и повышения квалификации рабочих кадров.

Современные рыночные отношения побуждают руководителей внимательно относиться к вопросу образования и подготовки кадров. Основной задачей является организация обучения, выделение перечня профессий, принятие решения каким должно быть учебно-методическое обеспечение. Инвестирование в развитие кадров играет часто более важную роль, чем инвестиции, направляемые на увеличение производственных мощностей и модернизацию оборудования. Обучение должно быть неразрывно связано с процессами развития предприятия, так как оно является основным звеном в достижении стратегических целей.

Необходимость роста уровня квалификации персонала в настоящее время является неотъемлемой частью Трудового кодекса РФ, в котором предусматривается, что работодатель должен проводить профессиональную подготовку, переподготовку, повышение квалификации работников.

Результативная работа в направлении обучения является залогом успеха и одной из основных составляющих стабильной деятельности предприятий, следовательно, профессиональное развитие работников является ключевым моментом в развитии экономики и финансовой стабильности государства.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

Маг. Александрова Е.В., гр. ВМАГ-М-118
Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.
Кафедра Экономики и менеджмента

Актуальность проблемы разработки стратегии диверсификации деятельности компании определяется тем, что в условиях сложившейся экономической ситуации наблюдается существенное падение продаж и уменьшение торгового оборота предприятий, снижение покупательной способности и изменение потребительского поведения. Нарастающая скорость изменений внешней информационной среды активно влияет на трансформацию существующих каналов сбыта и появление новых современных сфер для развития бизнеса. Используя основные преимущества компаний среднего бизнеса, поиск направлений диверсификации деятельности является оптимальным решением для их дальнейшего развития.

Основными задачами, вытекающими из цели исследования, являются:

- рассмотрение теоретических основ стратегического менеджмента и виды стратегий;

- анализ особенностей потенциальных путей диверсификации на рынке оптовых продаж женского белья;

- обоснование критериев выбора стратегии диверсификации для выбранного предприятия;

- оценка рисков реализации обоснованной стратегии диверсификации;

- оценка экономической эффективности реализации обоснованной стратегии диверсификации.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- определение методологической базы механизма формирования оптимальной стратегии диверсификации с учетом особенностей функционирования на рынке оптовых продаж женского белья;

- построение алгоритма выбора стратегии диверсификации на основе рассмотрения и оценки возможных направлений, использующих имеющиеся у компаний материальные и нематериальные активы;

установление принципов определения потенциально экономически-эффективных стратегий диверсификации;

разработка теоретических и практических подходов к оценке эффективности различных направлений диверсификации на основе оценки возникающего эффекта синергии.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СВОБОДА И БЕЗОПАСНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Студ. Анисимов Д.В., гр. ЭМ-118

Научный руководитель: доц. Галкин Е.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современной институциональной теории личность, общество и государство рассматриваются как основные объекты безопасности. Вместе с тем, они являются субъектами, обладающими свободным правом выбора и участия в разнообразных социально-экономических контактах. Соблюдение баланса жизненно важных интересов свободной личности, действующей в информационном обществе, определяется как один из основных принципов обеспечения безопасности государства. При этом нельзя ставить знак смыслового равенства между терминами «информационное общество» и «общество на основе Интернета».

Информационное общество удовлетворяет следующим критериям: определяющим фактором развития становится научное знание; уровень знаний становится признаком социальной дифференциации; институциональные структуры и информационные технологии образуют своеобразный эффективно действующий симбиоз.

В зависимости от того, на каком уровне осуществляется исследование свободно действующих институтов, выделяется тот или иной уровень, а именно личная (individual), общественная (societal), государственная (national), международная (collective), всемирная (global) безопасность.

В настоящее время закладываются основы новых форм экономических отношений. Они выступают как базис современного капитализма, порождённого принципиально иным типом производительных сил. Возникает угроза погружения наёмного работника в виртуальную среду, которая, однако, действует в интересах вполне реальных собственников. Эти проблемы важны и для мира, и для страны.

Российская Федерация стоит на пути важных институциональных преобразований, модернизации. Это сложный процесс, в результате которого должны быть подвергнуты переосмыслению сферы деятельности на всех уровнях. Возможен переход в совершенно иное состояние общества, определяющееся новыми функциональными возможностями

базовых институтов. Современность порождает множество таких технологий, которые становятся инструментом власти над личностью. Возникает настоятельная потребность определить те аспекты цифрового пространства, где морально-этическое, а также правовое регулирование возможно и необходимо. Человек информационного мира требует защиты с тем, чтобы не потерять своей свободной неповторимости. В такие периоды личность, общество и государство подвергаются серьёзным испытаниям. Поэтому особенно актуальными в настоящее время становятся как вопросы защиты свобод личности и общества, так и вопросы обеспечения безопасности государства.

СВЯЗЬ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ С ПРОЦЕССАМИ В МИРОВОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Студ. Ахмедова А.А., гр. ЭМ-117

Научный руководитель: доц. Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Глобальными проблемами называют особые по своей важности проблемы, от преодоления которых зависит возможность продолжения жизни на планете.

Решение глобальных проблем возможно в результате не только объединения экономических усилий стран, но и принятия политических шагов, изменений в общественном сознании, в области международного права. Однако экономические предпосылки и мирохозяйственная значимость решения указанных проблем представляются наиболее важными.

К глобальным проблемам относят экологическую, проблему мира и разоружения, предотвращения ядерной войны, преодоления бедности, демографическую, сырьевую, энергетическую, продовольственную, международного терроризма, освоения космоса и океана.

Перечень и иерархия глобальных проблем изменчивы. Развитие отдельных глобальных проблем подходит к грани, за которой они имеют необратимый характер (например, экологическая или сырьевая). Значимость отдельных проблем в последние годы существенно снизилась или их характер значительно изменился (проблема мира или разоружения). В список таких проблем в последние годы добавился международный терроризм.

Глобальные проблемы человечества требуют неотложного и адекватного их решения. Многие ученые приходят к пониманию того, что в основе такого решения должны лежать не мощное производственно-технологическое обеспечение, а мораль и нравственность. К сожалению, современное технологическое развитие мировой экономики способствует

разрешению одних кризисных ситуаций и порождает новые, еще более глубокие проблемы, отвлекающие на их решение все больший объем ограниченных ресурсов. Нравственное же отношение человека к природе, другим людям, самому себе предполагает отказ от решения проблем с позиции силы и стремления к безграничному экономическому росту любой ценой. Самоограничение, разумное природопользование и взаимные уступки должны предотвратить глобальную катастрофу.

ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩЕЙСЯ НА ИНТЕРНЕТ КОММЕРЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Маг. Белова Т.В., гр. ВМАГ-М-117

Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Применение новых стратегий в позиционировании и продвижении брендов на рынке интернет-торговли, разработка механизма управления стратегией позиционирования предприятия малого бизнеса в сфере интернет-торговли являются важными факторами развития бизнеса и его конкурентоспособности.

Объектом нашего исследования является компания по продаже одежды класса Люкс для спорта и отдыха известного бренда. Несмотря на актуальность данной проблемы для большинства коммерческих предприятий, работающих в сфере интернет-торговли, она недостаточно структурирована, с позиции обоснования наиболее эффективных решений по разработке современных методов стратегического маркетинга для продвижения компании на рынке интернет-торговли.

Для решения этой проблемы в нашем исследовании был использован метод анализа иерархий (МАИ). Метод анализа иерархий является систематической процедурой для иерархического представления элементов, определяющих суть любой проблемы. Основными критериями являются следующие: минимизация риска потерь от нестабильной рыночной ситуации, обеспечение устойчивого роста продаж, привлечение новых клиентов и повышение их лояльности.

При построении матрицы синтеза приоритетов были выявлены глобальные приоритеты по каждой альтернативе:

1. Расширение брендового портфеля компании 0,3;
2. Создание обслуживающего сервиса высокого уровня по качеству и времени обслуживания клиентов 0,28;
3. Использование инновационных «digital» технологий в электронной торговле 0,39;

4. Финансирование приобретения имиджевых модных коллекций 0,06.

Из полученных значений видно, что максимальный вес имеет решение по развитию инноваций в электронной торговле. Второе место занимает расширение брендового портфеля компании. Эти два направления тесно связаны, так как создание обслуживающего сервиса высокого уровня клиентов невозможно без расширения брендового портфеля. Финансирование приобретения имиджевых модных коллекций существенно по значимости уступает другим альтернативам, т.к. в значительной степени реализуется благодаря расширению брендового портфеля компании.

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Студ. Бигар А.А., гр. ЭМУ-115

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

В подходах к пониманию понятия «компетенция», можно выделить два основных направления его толкования. Во-первых, это способность человека действовать в соответствии со стандартами; во-вторых – это характеристики личности, позволяющие ей добиваться результатов в профессиональной деятельности. В общем виде компетенция – это личная способность специалиста решать определенный класс задач.

Высшим компонентом личности является профессиональная компетентность. Под профессиональной компетентностью понимают характеристику деловых и личностных качеств, отражающую уровень знаний, умений и навыков, опыта, или способность субъекта профессиональной деятельности выполнять работу в соответствии с должностными требованиями, т.е. в соответствии с задачами и стандартами их выполнения, принятыми в отрасли.

Компетенции формируются с помощью различных технологий обучения, которые инициируют активную учебно-познавательную деятельность, развивают личностные качества, позволяют построить индивидуальный образовательный маршрут.

Для того чтобы стать компетентным специалистом, необходимо овладеть совокупностью компетенций, среди которых можно выделить:

общие (ключевые) определяющие компетенции, соответствующие наиболее широкому спектру специфики, являются универсальными, востребованы всеми профессиями;

профессиональные (специальные) компетенции, необходимые для осуществления конкретного вида профессиональной деятельности.

Высокая компетентность работника означает, что он ориентируется в профессиональной деятельности, понимает суть возникающих проблем, владеет способами их успешного практического решения.

Для конкретной специальности определяется набор ведущих компетенций. Достижение наивысшего уровня их развития и есть конечный результат профессиональной подготовки. Специалисту необходимо знать не только отдельные научные дисциплины, но и быть подготовленным к решению профессиональных задач, к быстрому и правильному реагированию на возникающие порой, непредвиденные ситуации.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО ДИЗАЙНЕРСКОГО БРЕНДА В ИНТЕРНЕТЕ

Маг. Валит М.В., гр. ВМАГ-М-118

Научный руководитель: доц. Антонов А.П.

Кафедра Экономики и менеджмента

Современный мир немислим без Интернета. Товары, услуги, информация, технический функционал жизнеобеспечения все больше и больше переходят и закрепляют свои позиции в Интернете, делая его основной площадкой для работы и связи с обществом. Возраст пользователей Интернета заметно расширился за последние годы, выйдя за рамки «среднего возраста» – дети и пожилые люди стали активными участниками жизни на просторах Глобальной Сети. Интернет сегодня концентрирует в себе все основные потребности социальной жизни человека.

Возможности Интернета позволяют проводить поиск, подбор и анализ необходимой информации в удобном формате, в удобное время, в удобном месте, что позволяет сосредоточиться на качественных характеристиках предлагаемых товаров и услуг, выбирая лучшее из представленного на рынке. В такой ситуации именно во время работы в Интернете происходит принятие основных решений относительно поискового запроса. Таким образом, информация в Интернете должна быть максимально ориентирована на скорейшее попадание к потребителю с конечной целью совершения покупки или сделки.

Позиционирование персонального дизайнерского бренда в Интернете – один из важных инструментов его узнаваемости и выделения среди конкурентов. Для этого требуется постоянное отслеживание конкурентной ситуации собственной позиции бренда на рынке дизайнерских услуг.

Указанные выше доводы доказывают актуальность изучения алгоритмов и процессов, позволяющих позиционировать персональный

дизайнерский бренд в Интернете для достижения наилучших результатов от реализации соответствующих услуг.

Цель исследования заключается в разработке комплекса маркетинговых мероприятий на рынке дизайна интерьера по позиционированию и продвижению персонального бренда.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования разработанной методической базы при решении задач позиционирования персонального бренда на рынке услуги дизайна интерьера в Интернете.

HR-БРЕНД КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Студ. Вашков А.С., гр. ЭС-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Человеческие ресурсы – главные ресурсы организации. В современных условиях экономики рынок насыщен различными кандидатами, которые в свою очередь должны пройти отбор, при этом данный процесс имеет качественную и количественную стороны, т.к. в первую очередь необходимо, чтобы в компанию попал квалифицированный и мотивированный персонал. В противном случае возникнут проблемы с текучестью кадров, лояльностью и т.д.

Понятие HR-бренд (бренд работодателя) вошло в обиход российских специалистов по управлению совсем недавно. Многие российские компании стали разрабатывать программы по созданию предпочтительного работодателя. HR-бренд – это привлекательный благоприятный имидж компании как работодателя в глазах соискателей, ради которого они готовы немного снизить свои требования к работе или выбрать среди других поступивших предложений именно эту компанию, чтобы стать ее сотрудником. HR-бренд находится в тесной взаимосвязи с корпоративным и товарным брендами, эти виды брендов воздействуют друг на друг, образуя систему брендинга. И каждый из указанных брендов выполняет свою роль. HR-брендинг – это создание благоприятного имиджа работодателя. HR-брендинг – это маркетинг на рынке труда.

HR-бренд – это зеркальное отражение компании на рынке, в том числе на кадровом. HR-бренд опирается на миссию, корпоративную культуру и философию, продвигаемую компанией. В доказательство тесной взаимосвязи удовлетворенности работников брендом работодателя и удовлетворенности брендом потребителя говорят простая статистика и исследования. Для обеспечения потребительской удовлетворенности необходимо достичь удовлетворенности сотрудников компании своей

работой на уровне не менее 60-80%. Увеличение удовлетворенности на каждые 5 значений увеличивает прибыль на 0,5%.

Итак, HR-брендинг представляет собой многоуровневый и весьма трудоемкий процесс по созданию успешного имиджа работодателя. Механизм действия данного процесса можно обозначить следующим образом: за счет воздействия на основной актив организации – человеческие ресурсы, происходит влияние на внешнюю среду, что позволяет улучшить позиции на рынке и оптимизировать деятельность. Развитый HR-бренд компании является залогом ее успеха на рынке и возможностью привлечения лучших специалистов.

ОСОБЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

Студ. Вашкова П.С., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Муниципальный маркетинг, являясь инструментом формирования рыночной среды, нацелен на выявление и активное использование внутренних преимуществ региона, привлечение инвестиций, что, в свою очередь, ведет к повышению конкурентоспособности территории в целом. Следовательно, становление и развитие муниципального маркетинга способствует социально-экономическому развитию территории.

Интересы каждой территории представляют властные структуры, и именно они являются «потребителями» муниципального маркетинга как системы, предоставляющей возможность внедрять наиболее передовые методы хозяйствования и управления. Муниципальный маркетинг вооружает органы власти и управления научно обоснованными современными подходами к организации различных сторон деятельности территории с учетом требований рыночной экономики.

Муниципальный маркетинг – это маркетинг, направленный на совокупность отношений, складывающихся между участниками рыночных процессов на территории муниципального образования: предприятиями и организациями различных форм собственности, коммерческими банками, страховыми компаниями, финансовыми группами, населением, а также местными органами управления как субъекты экономики. В точках пересечения интересов субъектов экономики возникает множество конфликтов. Поэтому функция согласования различных интересов всех участников рыночных отношений является основной и крайне необходимой в муниципальном маркетинге. Таким образом, главная направленность муниципального маркетинга – согласование разноуровневых интересов.

Важное место занимает такое направление муниципального маркетинга, как городской маркетинг или маркетинг места, связанный с потребностью муниципалитета увеличить привлекательность города для инвесторов, которых нужно заинтересовать в инвестициях сфер жилья, здравоохранения, образования и культуры, для туристов, чтобы повысить туристский поток, а, соответственно, доход муниципалитета, для горожан, чтобы повысить имидж города, в котором они проживают.

Создание уникального образа города, как части муниципального маркетинга, в обязательном порядке предполагает четкое стратегическое управление, состоящее из: символа, слогана, имиджа главы, визуального образа или логотипа, и городские власти уделяют все больше внимания такого рода маркетинговой деятельности.

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Студ. Герасимова С.Ю., гр. ЭМУ-16
Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.
Кафедра Экономики и менеджмента

Ассортиментная политика предприятия выходит на первый план в условиях жесткой конкурентной среды, когда к товару со стороны потребителя предъявляются повышенные требования по качеству и ассортименту. Формирование и реализация ассортиментной политики необходимы для определения условий безубыточной работы предприятия, управления объемом прибыли с целью оптимизации налогообложения и прогнозирования собственных инвестиций в развитие бизнеса. Лидерство в конкурентной борьбе за клиента получает тот, кто наиболее компетентен в ассортиментной политике, владеет методами её реализации и может максимально эффективно ею управлять.

Ассортиментная политика предприятия представляет собой набор целей и задач развития производства, связанных со сбытом продукции. Эффективная ассортиментная политика должна решать следующие задачи: 1) удовлетворение запросов потребителей; 2) оптимальное использование технологических знаний и опыта предприятия; 3) оптимизация финансовых результатов предприятия; 4) завоевание новых покупателей путем расширения сферы применения существующей производственной программы; 5) соблюдение принципов гибкости за счет диверсификации сфер деятельности; 6) соблюдение принципа внутренней взаимосвязи (синергизма), предполагающего расширение областей производства и услуг предприятия, связанных между собой определенной технологией, единой специализацией кадров и другой логической зависимостью, дающей значительную экономию затрат.

Разработка ассортиментной политики и её осуществление должно происходить при соблюдении следующих условий: существование четкого представления об общей стратегии данного предприятия на рынке; хорошее знание рынка и характер требований целевой категории покупателей; четкое представление об имеющихся ресурсах и возможностях предприятия, как на сегодняшний день, так и в перспективе; согласование жизненных циклов товаров, технологии и спроса, позволяющих в перспективе получать результат, обеспечивающий выживание и развитие предприятия.

Поэтому для любого предприятия продуманная и детально разработанная ассортиментная политика служит основой его стабильности, рентабельности, индивидуальности, конкурентоспособности и, в конечном итоге, определяет успех предприятия на рынке.

ПОСЛЕДСТВИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Студ. Голышева А.В., гр. ЭМ-218

Научный руководитель: Фаина О.Н.

Кафедра Экономики и менеджмента

Интеграция – это понятие, которое подразумевает под собой сплочение каких-либо отдельных частей в одно целое. Под экономической интеграцией понимается процесс единства хозяйств различных стран, основанный на их взаимосвязях между собой и разделении труда между национальными экономиками. Основной целью экономической интеграции выступает рост благосостояния государств, которые формируют интеграционное объединение.

Преимущества экономической интеграции заключаются в: увеличении масштабов рынка – в действии сквозь размеры производства; возрастании борьбы между государствами; создании лучших условий для торговли; расширении торговли вместе с совершенствованием инфраструктуры; распространении новых технологий.

К минусам экономической интеграции относятся: возможный отток ресурсов из страны; расширение олигопольного сговора; возможный эффект потерь от увеличения масштабов производства.

Любая страна, решившая объединиться с другими государствами в экономическом плане, должна быть готова к различным последствиям. Так как, с одной стороны, она имеет возможность улучшить благосостояние экономики своего государства, так, благодаря интеграции увеличивается размер рынка, открывается доступ к научным открытиям и достижениям передовых технологий. Также, объединившись, страны могут разрешить наличие определенных общих социально-экономических проблем. Однако

интеграция может привести и к отрицательным последствиям: страна, решившая сплотиться с другим более сильным государством, рискует полностью потерять свою независимость; менее развитые страны рискуют превратиться в страны «Третьего мира» из-за возможного оттока ресурсов в пользу более сильных государств.

Подводя итог, необходимо отметить, что оценить все данные аргументы в совокупном виде очень сложно, так как многие последствия, как позитивные, так и негативные, носят достаточно долгосрочный характер и в первую очередь зависят от общего положения страны на мировой арене.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ ВУЗОВ В РОССИИ

Студ. Гришина А.А., гр. ЭБ-218

Научный руководитель: Фаина О.Н.

Кафедра Экономики и менеджмента

В условиях современной глобализации стоит актуальной проблема интеграции ВУЗов на институциональном уровне. Интеграция ВУЗов России важна для решения экономических проблем науки и высшего образования.

Причинами обострения данной проблемы являются: недостаточный объем финансирования науки и высшего образования; низкая востребованность результатов научных исследований и передовых технологических разработок со стороны государства, организаций и предприятий реального сектора экономики; неполнота нормативно-правового обеспечения науки и образования; отток из сферы науки и образования молодых и средневозрастных специалистов; устаревание и разрушение приборной и экспериментальной базы научно-исследовательских организаций и вузов; низкий уровень заработной платы научных работников и профессорско-преподавательского состава вузов, стипендий аспирантов и докторантов.

Научное оборудование в научно-исследовательских институтах и ВУЗах устарело морально и физически. До подъема экономики прирост вложений в науку и образование останется незначительным. Поэтому только в условиях интеграции планов, ресурсов, экономических механизмов возможно их дальнейшее развитие. Интеграция научных организаций и ВУЗов в единые комплексы позволит оптимизировать структуры сфер науки и образования, повысить интенсивность и эффективность образовательной и научной деятельности.

Интеграция является не только естественным, но и единственным способом подготовки элитных кадров. Поэтому в совокупности с

действиями Правительства по улучшению материального обеспечения преподавателей и научных сотрудников подготовка специалистов в интегрированных структурах позволит снизить остроту кадровой проблемы, обеспечить активизацию научных исследований.

Обучаясь не только в одном, а в нескольких ВУЗах (например, учеба в другом регионе или стране), приобретается намного больше опыта, это как нельзя лучше сказывается на кадровой необходимости и экономике России.

СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ И ВИДЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Студ. Гусева Е.А., гр. ЭМ-217

Научный руководитель: доц. Николаева Л.Н.

Кафедра Экономики и менеджмента

Глобализация представляет собой наиболее заметную, доминирующую тенденцию современного мирового развития. На протяжении двух десятилетий понятие «глобализация» подвергалось критике, отождествлялось с глобализмом, интернационализацией, а зачастую и вестернизацией, вплоть до некоей технологии, основная цель которой подорвать фундамент национального государства. Большинство авторов видят в глобализации современный этап развития капитализма в условиях постиндустриального, информационного общества. В работах Э. Хоффмана, М. Кастельс, М. Мартынова, Б. Кагарлицкого, А. Панарина, С. Проскурина, В. Дахина и других авторов дается определение глобализации. М. Эрчер отмечает, что это многосторонний процесс, ведущий к нарастающей мировой взаимозависимости структуры, культуры и субъекта и сопровождающийся стиранием традиционных границ. К характерным чертам глобализации исследователи относят усиление роли ТНК, создание компьютерной сети Интернет, рост мегаполисов, стандартизацию и манипуляцию массовым сознанием. Манипуляция массовым сознанием – разновидность психологического воздействия, которая создается путем использования стереотипов поведения, подмены понятий, создания метафор, мифологизации, отвлечения внимания.

Существуют три основных вида глобализации. Во-первых, культурная глобализация. Она получает свое развитие из технологической революции и экономической глобализации, которые вместе создают поток культурных благ. Здесь ключевым является выбор между унификацией, стандартизацией и стремлением к многообразию. Во-вторых, существует политическая глобализация. Под влиянием глобализации государственные структуры, так же как традиционные социальные институты, испытывают значительные потрясения. Государство претерпевает давление «снизу», «сверху» и «извне». В-третьих, это экономическая глобализация.

Глобализация экономики – это современная, всемирная стадия интернационализации хозяйственной жизни, в рамках которой мировое хозяйство приобретает качественно новые, неизвестные ранее характеристики и особенности своего развития.

Таким образом, признавая объективность и непредсказуемость процесса глобализации, необходимо осмыслить ее проблемы, изучить возможные результаты и последствия, определить тенденции и перспективы глобализации.

КОДЕКС ЭТИКИ В ПРОЕКТНОМ УПРАВЛЕНИИ

Студ. Данилова М.А., гр. ЭМУ-16

Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современном мире, когда успех проекта базируется на профессионализме проектного менеджера и его умении организовать командную работу, очень важно понимать природу человеческих отношений и особенности поведения каждого в той или иной ситуации. Эффективный руководитель должен уметь грамотно распределить обязанности подчиненных, скоординировать их работу как индивидуально, так и между ними для достижения максимального положительного результата, предвидеть возможные трудности в процессе выполнения проекта и минимизировать риски, связанные с возникшими проблемами.

В 2006 году был сформирован Кодекс Этики и Профессионального Развития, представляющий собой стандарт, содержащий нормы и требования к поведению специалиста в области управления проектами.

Этический кодекс по своей структуре разделен на секции в соответствии с четырьмя наиболее важными ценностями в области управления проектами, на основе которых осуществляется принятие решений: ответственность, уважение, справедливость и честность. Именно они были предложены специалистами всемирного сообщества управления проектами как фундаментальные, способствующие принятию наиболее рациональных и этически корректных решений, как в процессе самого проекта, так и по отношению к каждому работнику.

Следуя Этическому кодексу, проектный менеджер принимает обязательства вести себя в соответствии с правилами, выработанными профессиональным сообществом. Что влияет на достижение поставленных целей и повышает эффективность процесса. Ведь снижая уровень напряженности в коллективе, повышается производительность труда работников, качество конечного продукта, поскольку в принятии проектных решений присутствует здравый смысл, рациональность и,

возможно, сокращаются сроки выполнения проекта, что в конечном итоге даст прибыль компании.

Таким образом, Кодекс Этики формулирует идеалы поведения руководителя проекта и его подчиненных, следуя которым участники проекта выполняют поставленные задачи, соблюдая все нормы нравственности по отношению к другим, достигая при этом поставленных целей с наименьшими затратами.

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РФ

Студ. Джумаева А.А., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

По данным Федеральной Таможенной Службы Российской Федерации оборот внешней торговли России за 1-й квартал 2018-го года составил 189322 млн. долл. США. Профицит внешней торговли составил 56 млрд. долл. США. Основными торговыми партнёрами РФ выступили страны Европейского Союза (ЕС), которые обеспечили 50,8% торгового оборота, вторыми по значимости торговыми партнёрами выступили страны Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества, которые обеспечили России 25,6% ее торгового оборота, доля СНГ, третьего по значимости торгового партнёра Российской Федерации, составила 12,7%.

За 1 квартал 2018 года Россия экспортировала товаров более чем на 211 млрд. долл. США. Основными экспортными товарами России являются энергоресурсы (нефть, газ, уголь и т.д.), которые занимают 42,55% в структуре её экспорта. За 1 квартал 2014 года Россия импортировала товаров на более чем 67 млрд. долл. США.

По итогам 2018 года импорт в Россию из США вырос на 23%, а импорт в Россию из ЕС упал на 7-10% (в частности, импорт из Германии упал на 3,9%). Эти цифры хорошо показывают, что от введения антироссийских санкций терпит убытки Европа, а не США. Европейские фермеры, особенно в Южной и Восточной Европе, серьезно пострадали от российского эмбарго. Это одна из причин, по которой правительства ряда европейских стран пытаются противодействовать введению новых санкций против России. Столкнувшись с частичной экономической блокадой в Европе, Россия во многом сменила курс своей внешней политики, развернувшись на Восток, где главным союзником, как в дипломатической, так и политической сфере стал Китай.

Итак, за 12 месяцев 2018 г. внешнеторговый оборот снизился на 23,7%. Это связано с падением цен на сырье и снижением курса рубля по отношению к доллару. Наибольшее снижение оборота зафиксировано с

Нидерландами, Китаем и Германией. Снижение внешнеторгового оборота негативно отражает динамику реальных доходов населения, а также свидетельствует о серьезном экономическом кризисе. Таким образом, на сегодняшний день, нельзя отрицать сильную зависимость российской экономики от поставок импортного оборудования и продукции. Однако сложившуюся ситуацию можно трактовать двояко. С одной стороны, это угроза для российской экономики, а с другой стороны, такая ситуация является хорошим шансом для реализации стратегии быстрого подъема отечественного производства во многих отраслях.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Маг. Дмитриева С.С., гр. ВМАГ-М-117
Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.
Кафедра Экономики и менеджмента

В процессе разработки деловых и функциональных стратегий, в приоритете является развитие направления, связанное с повышением уровня конкурентоспособности и продукции предприятия, и самого предприятия. В целом, использование на практике конкурентной стратегии подразумевает согласование различных направлений деятельности компаний, посредством чего происходит последовательное укрепление позиций фирмы на рынке.

Выбор конкурентной стратегии для коммерческой организации является задачей принятия стратегического решения, которое может быть обосновано использованием такого метода аналитического планирования как метод анализа иерархий (МАИ).

В качестве критериев, как правило, используются те цели, которые ставят предприятия в ходе интеграции. Такими критериями в рамках данного исследования является система сбалансированных показателей (ССП). В качестве альтернатив выступают стратегии, способные при наличии определенных критериев достичь поставленной цели повышение конкурентоспособности коммерческой организации. В условиях данной работы это наиболее распространенные стратегии конкуренции: ценовая стратегия, стратегия дифференциации, смешанная стратегия или стратегия фокусирования. Оценка значимости рассматриваемых альтернатив – стратегий конкуренции – осуществляется на основе синтеза приоритетов и расчета векторов глобальных приоритетов.

Вычисление векторов глобальных приоритетов производится путем перемножения соответствующих векторов и матриц.

Максимальным элементом в матрице является 0,466. Следовательно, наиболее эффективной, с точки зрения выбранных критериев, является

стратегия дифференцирования продукции и услуг, оказываемых коммерческой организацией. Эта стратегия развития обеспечивает конкурентное преимущество более высокого уровня, чем ценовая конкурентоспособность, т.к. предполагает детальное изучение рынка, потребностей целевой аудитории, использование инновационных подходов к совершенствованию продукции и услуг. Следует отметить, что реализация этой стратегии связано с определенными инвестициями. Очевидно, что предлагаемый подход в оценке стратегии развития коммерческой организации должен осуществляться с учетом специфических особенностей организации и её конкурентной среды.

РАЗРАБОТКА АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ ШИРОКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Маг. Егорова М.Н., гр. ВМАГ-М-618

Научный руководитель: доц. Николаева Л.Н., консультант: доц. Антонов А.П.

Кафедра Экономики и менеджмента

Анализ рынка и планирование ассортиментной политики является неотъемлемой частью маркетинговой деятельности любой организации. В работе с ассортиментом заключается важная часть классического маркетинга. Товар и потребность в нём служат отправной точкой маркетинговой политики организации. Поскольку маркетинг рассматривается как основа для достижения успеха в конкурентной среде, то он способен повысить шансы выживания организации на рынке. В благоприятной экономической ситуации маркетинг нужен для поступательного и стабильного функционирования организации, а в условиях кризиса становится едва ли не единственным механизмом, который способен обеспечить её выживание.

В нынешних условиях, успешное управление ассортиментом приобретает особую значимость на фоне повышения требований к разнообразию и качеству выпускаемого товара. Быстрое реагирование на изменения рыночной ситуации влияет на формирование ассортиментной политики, а как следствие и на показатели результативности рыночной деятельности организации, так как ключевым моментом является отношение потребителей к выпускаемой продукции.

В связи с тем, что ассортиментная политика оказывает большое влияние на успешную работу организации в целом, формирование методической базы по её диверсификации является весьма актуальной.

Таким образом, разработка методических основ для повышения рыночных позиций организации в сегменте непродовольственных товаров

широкого потребления на основе совершенствования её ассортиментного портфеля и является целью исследования.

Практическая значимость заключается в возможности применения разработанной методики формирования ассортиментного портфеля различными организациями, функционирующими на рынке непродовольственных товаров широкого потребления.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ: ПРОШЛОЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Студ. Зубарева А.Р., гр. ЭЭ-118

Научный руководитель: доц. Галкин Е.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Экономика представляет собой многообразную совокупность взаимосвязанных между собой институтов. Наименьшим и первичным до сих пор считается семья, а самым крупным производным – мировой рынок. Особенностью финансово-экономических институтов, как и самих финансов является то, что они охватывают своим действием все уровни хозяйственных связей, начиная от семейных финансов и заканчивая финансами государств и международных организаций. Деньги не тождественны финансам. Они являются объектом финансово-кредитных связей и их измерителем.

Вместе с тем, характерной чертой исторического развития целого ряда финансово-экономических институтов выступает то обстоятельство, что, возникнув как семейный институт, связанный с денежными операциями, они затем преобразовались в своеобразные династии, которые развились до поистине глобальных масштабов.

На сегодняшний день как самые состоятельные, влиятельные в экономическом и, на деле, в политическом плане могут быть отмечены две крупнейшие династии: Ротшильды, в основном постоянно связанные с чисто финансовым, банковским бизнесом, и Рокфеллеры, начинавшие как предприниматели в сырьевых, горнодобывающих отраслях производства. Позднее они также переместили значительную часть своего бизнеса в финансовую область.

В настоящее время трудно определить какое количество миллиардов долларов находится в распоряжении этих кланов. К ним в полной мере применимо высказывание родоначальника Ротшильдов о том, что «большие деньги любят тишину». Ротшильды со 2-й половины XVIII, а Рокфеллеры со 2-й половины XIX века оправданно характеризуются в качестве признанных финансово-экономических акул капитализма. И в современном обществе они влиятельные люди, но у них есть конкуренты. На 2018 год самым богатым человеком в мире был признан Готфрид

Йоргенсен-Безос (род. 1964, США), основатель первого онлайн-магазина Amazon.com. Состояние Джеффа Безоса выражается двенадцатизначным числом. Сейчас он единственное частное лицо в мире, которое распоряжается такими деньгами. И, скорее всего, логика диверсификации бизнеса сама приведёт его в группу мировых финансовых магнатов.

Таким образом, своеобразие рассматриваемого материала состоит в том, что первоначальный предпринимательский риск, где бы он не привёл к успеху, осознанно направляет дальнейшие действия бизнесмена и применение его ресурсов в области развития финансово-экономических институтов.

ПОДХОДЫ К ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Калинина В.А., гр. ВМАГ-У-118

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Одной из важнейших задач руководителя является умение предотвращать конфликтные ситуации в своей организации, сглаживать их последствия и разрешать споры. Актуальность данного вопроса заключается в том, что за последнее время подходы к предотвращению конфликтных ситуаций в коллективе являются слишком упрощёнными. Управленческие решения принимаются лишь тогда, когда конфликт находится на пике своего обострения и в большинстве случаев уже не поддается действенному контролю и регулированию. Многие организации при разработке способов разрешения конфликтов отдают предпочтение незамедлительному жесткому воздействию, а не постепенно достигаемому компромиссу.

Предпосылками успешной деятельности руководителя по разрешению конфликтов являются достаточные знания теории управления и системного анализа конфликтных ситуаций, а также правильно разработанные подходы к предотвращению конфликтов в системе управления персоналом. Основная задача руководителя должна состоять в правильной организации людей. В коллективе не должны формироваться различные группы, несущие отрицательный посыл, а также руководитель должен избегать образования аутсайдеров. Распоряжения должны быть четкими и ясными и поступать в соответствии с должностями сотрудников. Руководитель организации должен быть объективен и при оценке деятельности своих сотрудников ориентироваться на результат.

Для менеджера любого уровня важно уметь эффективно разрешать и предупреждать конфликты в управлении персоналом, это умение является его профессиональной компетенцией. Более того, важно уметь

выстраивать конструктивный конфликт. Менеджер, зная признаки возникновения конфликтной ситуации, закономерности ее развития, выявляя мотивы и цели участников конфликта, владея методами анализа конфликтной ситуации и организации совместного поиска решений, гораздо эффективнее справляется со сложными управленческими проблемами.

Безусловно, все эти и другие подходы к предотвращению конфликтных ситуаций в системе управления персоналом не являются универсальными. Их необходимо применять творчески, учитывая все факторы конфликтных ситуаций.

СТРУКТУРИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Студ. Каратаева П.Г., гр. ЭМУ-14в

Научный руководитель: доц. Николаева Л.Н.

Кафедра Экономики и менеджмента

Маркетинг розничного торгового предприятия включает непрерывное улучшение технологий продаж, средств коммуникаций и взаимодействия продавца и клиента. Ведущие предприятия розничной торговли свои успехи в конкурентной борьбе напрямую связывают с внедрением технологий мерчандайзинга. Этот вопрос является значимым, так как в настоящее время высококачественный мерчандайзинг оказывает положительное влияние на товарооборот предприятия, потому что вызывает желание клиента сделать покупку. Установлено, что наиболее сильное конкурентное преимущество получают компании, которые не пропускают такие «мелочи», как упаковка, внешний вид, атмосфера и распределение товаров на торговой площади, то есть использующие грамотные решения мерчандайзинга в практике своей работы. На сегодняшний день мерчандайзинг – основной метод работы с посетителями магазина, который считается более эффективным, чем роль продавца-консультанта, особенно в связи с появлением сейчас интернет-магазинов, где эта роль отсутствует.

Изучение работ по использованию технологий мерчандайзинга показало, что большинство авторов акцентируют внимание на визуальном или поведенческом мерчандайзинге. Предлагаемый авторами подход позволяет рассматривать все составляющие мерчандайзинга в комплексе, начиная с витрины магазина и заканчивая организацией работы мерчандайзеров. Для эффективного применения технологий и мероприятий мерчандайзинга необходимо структурировать элементы его комплекса. Предлагается рассматривать мерчандайзинг как набор следующих элементов: атмосфера магазина (качественные,

количественные и психологические факторы), расположение в зале (зоны, виды планировки, размещение товара), выкладка товара, внешний вид товара, информация о товаре (включая POS-материалы), запас товара (система закупок, выявление лидирующих брендов и др.), обслуживание (работа продавцов), акция продвижения нового товара (стандарты мерчандайзинга, расположение, представление и др.), организация работы мерчандайзеров.

Использование такого подхода позволит более грамотно и обоснованно принимать решения по всему комплексу вопросов применения инструментов мерчандайзинга.

ПРОБЛЕМЫ ГЕНДЕРНОГО НЕРАВЕНСТВА: ГЛОБАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Студ. Кирсанова М.А., гр. ЭМ-218

Научный руководитель: доц. Галкин Е.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Во всём мире так или иначе сохраняется проблема неравноправного положения мужчин и женщин. Ещё в XIX веке, а также в первой половине XX столетия часть общества вполне осознала необходимость решения данной проблемы. Это стало важным побудительным мотивом, импульсом для развития такого социально-политического и институционально-экономического движения как феминизм. Женщины значительно продвинулись по пути реализации своих прав и свобод.

К сожалению (данное обстоятельство относится и к настоящему времени), многие по-разному интерпретируют данный феномен общественной жизни. Большинство явных и скрытых сторонников консерватизма считает, что идеология феминизма специально создана и продолжает разрабатываться лишь для того, чтобы сделать женские права выше мужских. И в этом они глубоко заблуждаются. Главная цель феминизма как комплекса общественно значимых действий состоит в том, чтобы упорядочить женские и мужские права на одном уровне. Как уже было указано, возникновение феминизма произошло давно, однако и на сегодняшний день это движение продолжается практически во всех регионах планеты. Даже в странах, значительно продвинувшихся по пути решения рассматриваемой проблемы, противостояние сторон сохраняется, хотя на данный момент принимает всё же не такие жёсткие формы, как это было много лет назад. В Исландии, которая на сегодняшний день признаётся одной из наилучших стран для проживания женщин, а также в Испании, США, Австралии и даже в России часто проходят шествия и другие акции, посвящённые гендерным вопросам. Однако наиболее остро гендерное неравенство выглядит в целом ряде таких стран Азии и Африки,

где оно является лишь частью острейших проблем расового, этнического конфессионального неравноправия. Социально-экономический беспредел и фактическая анархия приводят к полной дисфункции действовавших ранее институтов и к ограничению элементарных свобод. Системное использование принудительного труда, грубое выселение из домов и лишение объектов собственности, создание центров работорговли – все эти и многие другие ужасные проявления современной действительности, прежде всего, сказываются на положении женщин трудоспособного и репродуктивного возраста, пожилых, а также детей и подростков.

Решение гендерных проблем достойно стать важнейшей гуманитарной миссией XXI века.

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА РИСКОВ

Студ. Криворотова Д.А., гр. ЭМУ-16

Научный руководитель: доц. Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современном мире риск-менеджмент является одним из самых востребованных методов повышения эффективности управления организацией. Главная задача управления рисками состоит в том, чтобы оценить рискованность сегодняшней ситуации и потенциальных ситуаций в будущем. Несомненно, в деятельности руководителя главные задачи управления рисками по сути являются диагностическими.

Управленческая диагностика рисков организации – систематический сбор и анализ специфической информации о состоянии организации с целью выявления фактических и потенциальных, актуальных и назревающих проблем, знания о которых формулируются в терминологии управленческих рискованных решений.

Цель диагностики – формулирование диагноза объекта, возможно чреватого проблемой. Иначе говоря, диагностика помогает, во-первых, выявлять характеристики ситуаций на разную глубину времени и, во-вторых, мобилизовать коллективный разум, интуицию и своеобразный взгляд стейкхолдеров для выявления смысла в потоке данных.

Диагностируемые процессы динамичны, они изменяются во времени. Поэтому диагностика должна быть быстрым циклическим процессом, но для обеспечения эффективности, она должна быть системной, проводиться таким образом, чтобы минимально отвлекать стейкхолдеров от основной деятельности и приносить доходы, намного превышающие расходы на её проведение.

Можно выделить два подхода к проведению диагностики.

Первый подход предполагает, что диагностику начинают от самой фирмы и ее потребностей. Второй подход, который можно назвать

ревизорским, начинается с соотнесения заранее заготовленного списка рисков с особенностями конкретной фирмы.

Часто наиболее опасные риски конкретной фирмы бывают уникальны. Однако, несмотря на исключительность некоторых рисков, использование ревизорского подхода может сэкономить массу времени. Иначе говоря, целесообразно использовать достоинства обоих подходов.

Итогом управленческой диагностики рисков является список риск-факторов, который может быть длиной в несколько десятков позиций. Их потенциальная опасность существенно различна, поэтому требуется расставить приоритеты для предоставления руководству фирмы достаточно короткого списка наиболее опасных риск-факторов.

КРИТЕРИИ ВЫБОРА РАБОТЫ МОЛОДЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ

Студ. Лашманова А.В., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Сегодня на рынке труда сложилась неоднозначная ситуация: с одной стороны, учреждения, как государственные, так и частные, испытывают острый дефицит кадров, с другой – выпускники вузов жалуются на малоинтересные предложения работодателей.

Закончив высшее учебное заведение, практически все молодые люди становятся «карьеристами». Они стремятся сделать успешную карьеру в конкретной профессиональной области.

Сегодня в российской системе образования функционируют много вузов, выпускается большое число молодых специалистов. После того, как ВУЗ закончен, молодые выпускники стремятся начать делать хорошую карьеру в своей профессиональной области. Часть старшекурсников позаботилась заранее о будущем месте работы, договорившись на последнем курсе с работодателями. Но большинство все же ищет место работы самостоятельно, рассчитывая сделать успешную карьеру, свидетельством которой станут элитные квартиры, дорогие машины – все то, о чем мечтает значительная часть бывших студентов.

Репутация вуза, его общественная значимость тоже накладывает свой отпечаток на выбор работодателей. Им никуда не уйти от сложившихся стереотипов. Конечно, они пытаются оценивать выпускника безотносительно того вуза, который он закончил. Ведь в вузе с низкой общественной значимостью могут получить образование и очень способные ребята. И наоборот, вуз с хорошей репутацией каждый год выпускает несколько сотен или даже тысяч молодых специалистов, и не все из них смогут стать хорошими работниками. Тем не менее, репутация вуза все еще является мерилем для 48,5% работодателей.

Другими критериями, которые используются работодателями для отбора молодых специалистов, являются наличие хороших рекомендаций со стороны вуза, уровень запросов выпускника, средний балл диплома и просьба родственников, друзей и знакомых.

Результаты исследования показали, что работодатели стараются использовать более понятные и объективные критерии при найме молодых специалистов. Прежде всего, они оценивают собственные потребности в сотрудниках, имеющих образование по конкретной специальности, а после - общаются с молодыми кандидатами перед их трудоустройством, отбирая выпускников более известных и популярных вузов.

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Студ. Мазуров К.Д., гр. ЭМ-117

Научный руководитель: доц. Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современном мире на первый план выходит интеллектуальный капитал, а интеграция интеллектуальной собственности в производство стала неотъемлемой частью производственного процесса. Этим обуславливается сильная заинтересованность государства в обеспечении граждан необходимыми знаниями и умениями.

Понятие интеллектуальной собственности очень тесно связано с понятием инновации. Важнейшей частью национального общественного богатства стал интеллектуальный продукт, хозяйственная деятельность сильно нуждается в интеллектуальных нововведениях. Знания и инновации (интеллектуальный продукт) смогут обеспечить конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, выживаемость целых отраслей и государств. Особое значение в воспроизводстве экономики, общества и человека приобретает феномен интеллектуальной собственности, т.е. собственности на интеллект, интеллектуальную деятельность и интеллектуальный продукт, на основе которого решаются вопросы присвоения и использования результатов интеллектуальной деятельности, контроля над важнейшим условием самого общественного производства.

Таким образом, развитие интеллектуальной собственности является ведущим условием процветания всех национальных экономик. Продукты интеллектуальной собственности становятся значимым объектом международной торговли. Страны с развитой экономикой давно делают ставку на инновационное развитие во всех отраслях производства, а развивающиеся страны стремятся к экспорту технологий за рубеж. Внедрение высокотехнологического оборудования значительно сокращает

издержки производства и риски, приводя к более рациональному использованию ресурсов.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И МЕЦЕНАТСТВО: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Студ. Мардоян Г.А., гр. ЭМУ-117

Научный руководитель: ст. преп. Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Впервые упоминание о благотворительности встречается в летописях IX века. Киевский князь Владимир Мономах в уставе от 996 года наказал духовенству заниматься общественным призрением, определив десятину на содержание монастырей, церквей и больниц. Во времена царя Ивана IV Грозного расходование средств государственной казны, являвшейся одновременно и царской казной, находилось практически полностью в ведении правителя, и при отсутствии какой-либо социальной политики любые траты на помощь малоимущим слоям населения вполне могли считаться благотворительностью.

Первый русский царь из династии Романовых Михаил Федорович поручил патриаршему приказу открытие сиротских домов и в 1635 году пожертвовал землю для нового Покровского мужского монастыря. Позже, при царе Алексее Михайловиче были созданы специальные приказы, занимавшиеся призрением бедных. В 1682 году, в царствование Федора Алексеевича, был издан указ об открытии домов для беспризорных детей, где обучали грамоте, ремеслу, наукам.

После Октябрьской революции была прекращена деятельность созданных в царское время благотворительных организаций и открыты вновь созданные организации по проявлению милосердия и благотворительности (Детский фонд им. Ленина). В годы Великой Отечественной войны произошло возрождение обычая добровольных пожертвований (на нужды обороны), однако, эти пожертвования поступали на государственные банковские счета. Между тем, во всех странах с экономикой рыночного типа, где имеет место имущественное неравенство, благотворительность и, главным образом, через благотворительные организации, стала одним из заметных путей решения многих социальных проблем населения.

В девятые годы уходящего столетия в результате реформирования финансово-экономической системы десятки миллионов наших соотечественников оказались за чертой бедности – это тяжелобольные, престарелые, инвалиды, сироты, беженцы, вынужденные переселенцы. В связи с этим особую значимость в оказании помощи социально незащищенным слоям населения приобретает

благотворительная деятельность в разных сферах человеческой деятельности.

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ БОРЬБЫ С ИНФЛЯЦИЕЙ

Студ. Мороз В.А., гр. ЭБ-218

Научный руководитель: Фадина О.Н.

Кафедра Экономики и менеджмента

Инфляция – это повышение общего уровня цен, сопровождаемое соответствующим снижением покупательной способности денег (обесцениванием денег) и ведущее к перераспределению национального дохода.

Существуют различные методы борьбы с инфляцией: жесткое государственное регулирование кредитной сферы; государственное регулирование цен и заработной платы; регулирование внешней торговли, валютный контроль, а также жесткое регламентирование операций с иностранным капиталом и т.д.

Также, существует мнение, что с инфляцией возможно бороться с помощью антимонопольной политики, так как монополизация экономики является одной из причин развития инфляции.

Ценоповышательное движение, несомненно, обусловлено также монополизмом государства, профсоюзов и фирм.

Россия нуждается в демонополизации, т.е. радикальном сокращении числа секторов экономики, где установилась монополия. Монополизация российского рынка сложилась как «наследница» государственного монополизма социалистической экономики, которая представляла собой нечто вроде единого народнохозяйственного комплекса, в котором каждое предприятие не было вполне автономно, а являлось составной частью общегосударственной суперструктуры.

Антимонопольная политика направлена на содействие развитию товарных рынков и конкуренции, на предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, на защиту прав потребителей. Данная политика направлена против монополизации производства и на развитие конкуренции среди товаропроизводителей.

Стратегическим направлением антимонопольной политики является работа по поддержанию и формированию добросовестной конкуренции. Этому нередко мешают соглашения хозяйствующих субъектов, направленные на раздел рынка по территориальному или продуктовому признаку, на создание препятствий входа на рынок конкурентов, на проведение скоординированной ценовой политики.

Антиинфляционная политика должна быть направлена на стимулирование стабилизации, а затем подъема национальной экономики в целях повышения уровня жизни народа.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТИТУТЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Студ. Нетребко М.Д., гр. ЭМ-218

Научный руководитель: доц. Галкин Е.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современном обществе информационная инфраструктура и её институты играют решающую роль. Информационные ресурсы стали одним из основных экономических ресурсов каждого значимого государства. Сформировалось мировое информационное пространство – основа глобального информационного сообщества.

Информация – это сведения о чём-либо, зафиксированные на разных носителях, например, печатных и электронных.

Инфраструктура рассматривается как термин, означающий совокупность отраслей, видов деятельности, институциональных норм, которые обеспечивают слаженное и бесперебойное функционирование каждой конкретной социально-экономической модели в целом.

Отсюда, информационная инфраструктура может быть определена как система, обеспечивающая работу, а также развитие информационного пространства и средств информационного взаимодействия.

К важнейшим институтам информационной инфраструктуры относятся библиотеки и архивы, средства массовой информации, телефонная и иные виды связи, электронные базы данных, Интернет.

Основные направления в функционировании институтов информационной инфраструктуры могут быть определяются так

регулярное предоставление информационно-аналитических, телекоммуникационных, координирующих услуг;

поиск и сближение заинтересованных во взаимодействии рыночных партнёров, обеспечение электронных сделок;

производство программно-аппаратных средств, подготовка кадров, активное осуществление новейших (прорывных) научно-технических разработок, формирование информационных ресурсов и управление ими.

В ведущих мировых центрах (Северная Америка, Западная Европа, Япония) информационная инфраструктура находится на довольно высоком уровне развития. В Российской Федерации становление информационных институтов идёт медленнее и требует интенсификации. Предоставляемые материалы дороги и не очень качественны. Ощущается недостаток квалифицированных специалистов в области управления проектами и

менеджеров. Законодательная база по различным вопросам в области информационно-коммуникационных технологий (электронная цифровая подпись, защита интеллектуальной собственности) неразвита. Эти проблемы требуют решения. Ведь уже сегодня информационная инфраструктура и её институты являются тем, без чего не могут оптимально действовать не только экономика, но и все остальные сферы жизни человека.

НЕФОРМАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ

Студ. Нигматуллина А.Б., гр. ЭЭ-118
Научный руководитель: доц. Галкин Е.Б.
Кафедра Экономики и менеджмента

Данная работа посвящена анализу неформальных институтов, их роли в обеспечении устойчивого развития экономики и общества в целом.

Природа норм и правил, составляющих существо институтов, позволяет разделить их на формальные и неформальные. Неформальный институт основан на личном выборе связей между людьми, предполагая неофициальные отношения между ними. Здесь нет жёстко закреплённых стандартов. Формальные институты регулируются законами и другими нормативными актами. Неформальные структуры могут создавать больше возможностей для творческой, креативной деятельности, для разработки и внедрения нововведений самого различного рода.

В настоящее время большая значимость неформальных институтов бесспорна. Это ярко проявляется не только в области социальных отношений, составляющих основу менталитета (культура, чувства, морально-этические принципы, фольклорные обычаи и традиции), но и в системе отношений, связанных с экономикой.

Рассмотрим конкретнее состав современных неформальных институтов. На мой взгляд целесообразно выделить две большие группы неформальных институтов, функционирующих в экономической среде.

Во-первых, это неформальные институты, которые являются специфическими для данного сообщества. Они возникли под влиянием внутренних факторов развития конкретного народа, страны.

Во-вторых, это институты, отражающие влияние внешних – региональных (межнациональных) и мировых (общечеловеческих) факторов развития.

Действие данных институтов происходит в тесном системном переплетении с формальными структурами. Оно может носить не только продуктивный, но и контрпродуктивный характер, объективно соответствовать вызовам XXI века или не соответствовать им.

К сожалению, в современной Российской Федерации приобрели силу такие неформальные институты, которые нацелены на достижение узких корыстных интересов. Они связаны с коррупцией, злоупотреблением полномочиями, уходом от ответственности, циничной аморальностью и др.).

Задача состоит в изменении стереотипов, порочных традиций, сложившихся неписанных правил и норм поведения. От решения этой задачи в будущем зависит эффективность работы всей совокупности институтов, успех институционального регулирования и дальнейших преобразований в нашем обществе.

ФАКТОРЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ

Маг. Осипова А.А., гр. ВМАГ-У-118

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Человек составляет основу организации, ее сущность и ее основное богатство. Однако с позиций управления нельзя говорить о человеке вообще, так как все люди разные. Люди ведут себя по-разному, у них различные способности, различное отношение к своему делу, к организации, к своим обязанностям, люди имеют различные потребности, их мотивы к деятельности могут существенно отличаться. Наконец, люди по-разному воспринимают действительность, окружающих их людей, и самих себя в этом окружении. Все это говорит о том, что управление человеком в организации исключительно сложное, но в то же время исключительно ответственное и важное дело для судьбы организации.

Основными факторами, характеризующими личность и её поведение, являются природные свойства индивида, его индивидуально-психологические особенности (это, прежде всего активность и эмоциональность, выражающие себя в темпераменте, характере, способностях); система потребностей мотивов, интересов; система управления личностью, ее «я-образ» или «я-концепция».

В современном менеджменте вопросам учета индивидуальных особенностей при работе с персоналом уделяется огромное внимание. Это связано в первую очередь с тем, что успех организации напрямую зависит от того, насколько успешно она может задействовать весь имеющийся у нее в распоряжении человеческий потенциал.

Однако, признавая значимость и полезность этого вида управленческой деятельности, необходимо помнить и о том, что индивидуальность поведения человека зависит не только от его персональных черт, но и от ситуации, в которой осуществляются его

действия. Поэтому изучение человека всегда должно вестись в совокупности с изучением ситуации.

Профессиональный отбор кандидатов на вакантную должность помогает выделить претендентов с наиболее подходящими для данной специальности качествами, поскольку часть требуемых некоторыми профессиями качеств, плохо поддается тренировке, они ограничены свойствами темперамента. Исследования показывают, что лица, имеющие профессиональную специализацию с учетом их типологических характеристик, испытывают большое удовлетворение от своего труда, что самым благоприятным образом сказывается на их производительности.

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ

Студ. Оталиева К.Р., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Показателем важности имиджа компаний работодателей служат понятия «HR-бренд» и связанный с ним процесс HR-брендинга. HR-брендинг – это комплекс целенаправленных мероприятий по формированию положительного имиджа работодателя с целью постоянного привлечения лучших специалистов в своей отрасли. HR-бренд – это образ компании как работодателя, то есть хорошего места работы в глазах всех заинтересованных лиц. Прежде всего, речь идет о действующих сотрудниках и соискателях, которые могут претендовать на трудоустройство в данной организации, но также это и более широкая целевая аудитория, в том числе СМИ, государственные структуры и общество в целом.

Построение бренда компании на рынке и брендинг компании как работодателя – это две разные вещи. Первое обеспечивает привлекательность предприятия в глазах клиентов, покупателей, партнеров, а второе – только в глазах сотрудников, кандидатов и соискателей. То есть HR-бренд может вполне успешно строиться и без рыночного бренда, и наоборот.

Положительный бренд работодателя позволяет заполучить в свою команду лучших из лучших специалистов, поэтому является одним из наиболее эффективных методов привлечения персонала.

Специалистами рекрутинговой аутсорсинговой компании WilsonHCG был составлен рейтинг брендов крупнейших мировых компаний Fortune 500 в 2018 году. На сайте этой компании говорится: Компании из списка Fortune 500 являются лучшими с точки зрения привлечения талантов и сами служат мерилom эффективной тактики в развитии бренда работодателя. Исследовательский институт WilsonHCG

анализирует, что именно делает эти организации самыми желанными для соискателей.

Наш отчет определяет элементы, которые создают полноценный HR-бренд и ранжируют компании на основе их успеха в каждой категории. WilsonHCG изучает эти бренды с точки зрения кандидата, включая описания вакансий, карьерные сайты, положительные отзывы, социальную ответственность бизнеса и присутствие в социальных сетях, детализируя каждый критерий и назначая систему баллов за место в рейтинге.

Бренд работодателя и его формирование является одним из важнейших элементов привлечения высококвалифицированного персонала и поддержания лояльности сотрудников.

ФОРМИРОВАНИЕ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ НА ОСНОВЕ СОЦИОМЕТРИЧЕСКОЙ ПРОЦЕДУРЫ

Студ. Редькина Д.А., гр. ЭМУ-115

Научный руководитель: доц. Антонов А.П.

Кафедра Экономики и менеджмента

Результат организационной деятельности зависит от многих факторов, основной из которых – высокий уровень взаимодействия в рабочей группе. Взаимодействие – это необходимый элемент совместной деятельности. Чем больше рабочий коллектив сплочен и позитивно настроен друг к другу, тем выше результаты его работы.

Для того, чтобы правильно сформировать рабочую группу, которая будет положительно влиять на общий результат трудовой деятельности, важно исследовать внутригрупповое взаимодействие, а также необходимо понимать какую роль играет каждый работник в коллективе.

Не менее важной является внутригрупповая атмосфера, которая может быть как позитивной, так и негативной, что оказывает влияние на результативность совместной деятельности. В связи с этим знание межличностных отношений позволяет достигать планируемого результата с меньшими затратами.

Для полного использования человеческого фактора применяется социометрическая процедура – инструмент исследования, который помогает более детально изучить взаимоотношения внутри группы, измерить степень сплоченности группы, выявить подгруппы и социометрические позиции отдельных работников. Это позволяет понять, какие взаимоотношения существуют внутри коллектива и дать соответствующие рекомендации, которые помогут сформировать более сплочённую рабочую группу.

Таким образом, целью исследования является разработка методики формирования рабочих групп на основе анализа влияния

социометрических индексов на результативность деятельности работников.

Научная новизна исследования состоит в установлении влияния индекса позитивной взаимности на количественные и качественные показатели, характеризующие результаты внутригрупповой деятельности.

Практическая значимость заключается в возможности применения полученных результатов при формировании рабочих групп в рамках проектного управления.

ФОРМИРОВАНИЕ БИЗНЕС СТРАТЕГИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ КОМПАНИИ

Маг. Рубашнева Ю.В., гр. ВМАГ-М-118

Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Актуальность проблемы формирования бизнес стратегии инвестиционной компании определяется тем, что предприятия (инвестиционные компании) в современных условиях не могут обойтись как без тактического планирования, так и без стратегического инвестиционного планирования. В условиях жесткой конкуренции оперативность принятия управленческих решений, быстрая адаптация к внешним и внутренним изменениям в сочетании с рациональным использованием собственного производственного и экономического потенциала, позволяют предприятиям эффективно функционировать.

Выработка конкретных целей и критериев работы инвестиционного сектора все больше сосредотачивается на стратегическом планировании, позволяющих избирать наиболее активные инструментари экономическую деятельность, в первую очередь инвестиционные, обеспечивающие стабильное финансовое состояние хозяйственных субъектов. Гибкость и маневренность стратегии компании обеспечивается ориентацией на такие критерии, как конкурентоспособность и изменение спроса на имеющиеся услуги компании, сокращение экономического цикла выпуска новых услуг, активизацию инвестиционной и инновационной деятельности.

Для обеспечения нарастающей динамики доходов и эффективного, конкурентного развития инвестиционной компании становится необходимым разработка эффективной бизнес стратегии. Объектом исследования выступает «Международный финансовый центр», а так же наиболее крупные инвестиционные компании такие как «Финансовая группа БКС», «ФИНАМ», «ВТБ Капитал», «Альфа Капитал».

Для достижения данной цели требуется решение следующих задач:

1. Рассмотреть особенности бизнес стратегии.

2. Проанализировать воздействия внешних внутренних факторов на перспективы развития «Международного финансового центра».

3. Рассмотреть структуризацию проблем развития деятельности «Международного финансового центра».

4. Разработать план реализации бизнес стратегии.

Научная новизна исследования заключается в разработке методических основ формирования инвестиционной стратегии предприятия (компании), отвечающих требованиям инновационной экономики и учитывающих отраслевую специфику предприятия (компании).

ЗНАЧЕНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Студ. Сергеев А.М., гр. КК-217

Научный руководитель: доц. Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Успех предпринимательской деятельности зависит от многих факторов, одним из которых является эффективное бизнес-планирование. Планирование предпринимательской деятельности необходимо для достижения финансового успеха, для долговременной и эффективной работы фирмы или предприятия. Современный предприниматель должен уметь определять перспективы развития своего предприятия, обосновывать целесообразность получения банковских кредитов и привлечения инвестиций, а также быть готовым к структурным изменениям внутри производства.

Планирование является неотъемлемой частью рыночной экономической деятельности. Планироваться могут как отдельные бизнес-операции, так и вся предпринимательская деятельность в целом. Проведение нескольких операций, связанных друг с другом, требует совместного планирования с учетом их взаимодействия.

При проведении крупных и долговременных операций, в результате которых возможно получение значительной прибыли, планирование становится необходимым условием для осуществления этого проекта.

Программа действий или план осуществления предпринимательских операций называется бизнес-планом.

Бизнес-план представляет собой документ, в котором описаны шаги управления и контроля процессов бизнеса, поэтому он является неотъемлемым элементом стратегического планирования. В ходе процесса бизнес-планирования определяются цели бизнеса и пути их достижения, посредством намеченных и разработанных программ действий. Программа

действий в ходе исполнения корректируется и дополняется в соответствии с изменениями внешней среды или в связи с теми или иными событиями.

Анализ деятельности успешных организаций показывает, что качественные, точные бизнес-планы, сформированные в российских условиях, приносят успех организации, работающей на рынке.

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО КЛАССА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

Студ. Сивидова В.А., гр. ЭБ-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Современное общество представляет собой общество потребления, в котором потребительский спрос постоянно растет, сопровождаясь таким же постоянным ростом предложения. И понимание поведения потребителей является ключом к пониманию протекания экономических процессов, как в самой стране, так и за ее пределами.

Ключевую роль в принятии потребительского решения играют факторы потребительского выбора. Мы рассмотрим классическую четырехфакторную модель Филиппа Котлера, согласно которой выделяются следующие группы факторов, влияющих на потребительский выбор.

Культурные факторы стоит понимать, как особенности национального менталитета, которые не представляют интереса в рамках нашего исследования. Социальные же факторы потребительского выбора играют ведущую роль в социально-стратифицированном обществе.

Так, Дж. Дьюзенберри в своей работе «Доходы, сбережения и теория потребительского поведения» показывает, что объемы потребления зависят от относительного уровня дохода, когда представители социального слоя, стоящего ниже стремятся приобретать товары и услуги, которые приобретают представители более высокого социального статуса.

Речь здесь идет о явлении, описанном Т. Вебленом в его работе «Теория праздного класса», а именно о стратегии демонстративного потребления, которое выражается в покупке наиболее дорогих благ или покупке благ в таких количествах, которые явно превышают личные потребности. Потребляя подобным образом, индивиды не выполняют свои насущные потребности, а подчеркивают свою принадлежность к определенному социальному классу, который чаще всего не соответствует настоящему положению вещей.

Эта же стратегия демонстративного потребления лежит в основе эффекта присоединения к большинству, эффекта сноба и эффекта Веблена, описанных Х. Лейбенштайном.

Личностные и психологические факторы вливаются в структуру социальных факторов и лишь усиливают стратегию демонстративного потребления.

Таким образом, именно социальные факторы потребительского выбора и, следовательно, социальная дифференциация общества играют решающую роль в поведении потребителей.

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Студ. Солиева З.С., гр. ЭМУ-14в

Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Индустрия красоты превратилась в один из самых востребованных видов бизнеса. Причинами популярности этого бизнеса в РФ являются следующие: в стране осталось не так много ниш для выгодного инвестирования с относительно низким финансовым порогом входа; услуги ухода за волосами и телом всегда будут востребованы; это несложный бизнес для запуска и работы – все шаги давно известны, процессы регламентированы; это хороший вариант семейного бизнеса.

Все салоны красоты можно условно разделить на три категории.

Эконом-салоны специализируются на простых услугах; используют недорогое оборудование и расходные материалы; находятся в спальных районах или бывших домах быта; скромный интерьер, небольшие расходы на рекламу или их отсутствие; главный козырь – цена.

Бизнес-салоны: широкий ассортимент услуг; открываются в престижных районах городов, торговых и бизнес-центрах; используют профессиональное оборудование, дорогие и качественные расходные материалы; главный козырь – качественные услуги за приемлемые для целевой аудитории деньги.

Премиум-салоны предлагают услуги по созданию полного образа с консультацией специалистов; оборудование последнего поколения, самые дорогие и эффективные расходные материалы, лучшие мастера; главный козырь – уникальность сервиса и технологий.

Управляя салоном красоты, нужно достигать пяти важных результатов бизнеса, обеспечивающих его конкурентоспособность: если посетитель воспользовался услугами салона впервые, то необходимо превратить его в постоянного клиента; салон несет ответственность за внешний вид своих клиентов, даже если он находится дома; выработка у клиента привычки к посещению салона; соответствие высоким стандартам обслуживания и качества оказываемых услуг; осуществление постоянной плотной записи.

По статистике 95% открываемых в РФ салонов красоты либо закрываются в первый год жизни, либо так и не становятся прибыльными, существуя за счет внешних инвестиций. Для достижения эффективности организации в индустрии красоты нужно основывать бизнес на интересной идее, развивать её в соответствии с четким планом, следовать сформулированной стратегии, поддерживать высокий уровень качества предоставляемых услуг и товаров.

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

Студ. Сысолятина В.С., гр. КВ-118

Научный руководитель: доц. Репин С.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Каждый человек на протяжении всей своей жизни вынужден решать финансовые вопросы, принимать решения в области формирования личных доходов и осуществления личных расходов. Большинство людей испытывают при этом немалые затруднения, связанные с отсутствием необходимого уровня финансовой грамотности.

Лишь незначительная часть людей умеет заставить деньги работать на себя. Большая часть населения Земли всю жизнь учится работать за деньги. В качестве доказательства существующей проблемы и ее масштабов можно привести следующий факт – половина мирового богатства (недвижимость и финансовые активы) сосредоточена в руках 2% населения Земли.

В России менее половины россиян (48%) осуществляют учет личных финансов. Но у них очень короткий горизонт финансового планирования – 2/3 планируют на месяц, и лишь 9% – на период более одного года. Отсутствует устойчивая привычка сравнивать различные условия получения финансовых услуг – более 50% не делают этого никогда или лишь изредка. Лишь 11% россиян имеют стратегию накоплений на обеспечение старости. Значительная часть населения не готова нести ответственность за свои финансовые решения. 28% считает, что государство должно компенсировать потери, связанные с падением цен на акции/недвижимость. Финансовая безграмотность населения влияет на экономику любой страны. По итогам исследования индекс финансовой грамотности россиян за 2018 год составил 1,6. При этом уровень грамотности мужчин оказался немного выше – 1,8 против 1,4 у женщин.

Такой низкий уровень финансовой грамотности приводит к отрицательным последствиям для общества, государства, бизнеса и потребителей финансовых услуг.

Решение перечисленных проблем может положительно повлиять на всех заинтересованных «игроков». Речь идет, прежде всего, о населении, государстве, финансово-кредитных учреждениях.

Таким образом, хороший уровень финансовой грамотности необходим каждому человеку не только для достижения его личных финансовых целей, но и для обеспечения жизненного цикла. Какой бы ни была конкретная цель, выигрышем от финансовой грамотности будет повышение уровня жизни и уверенность в будущем, стабильность и процветание экономики и общества в целом.

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В Т-ГРУППАХ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Тележкина Е.С., гр. ВМАГ-У-118

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Сегодня в условиях конкуренции на рынке услуг и товаров выигрывает та организация, работа персонала которой наиболее эффективна, так как результаты деятельности предприятия напрямую зависят от вложенного персоналом труда. Сотрудники становятся огромным преимуществом для любой организации, а уровень ее развития определяется компетентностью персонала. Постоянное развитие персонала становится задачей организации и требует формирования полноценной системы обучения.

На сегодняшний день тренинги являются одним из наиболее эффективных методов обучения персонала и повышения эффективности работы организации в целом. Это связано с тем, что тренинги совмещают теорию и практику в среднем в соотношении 1/3. Такая система позволяет работникам получать необходимые знания и умения и закреплять их тут же практическими кейсами, преобразуя их в навыки. Формируемые Т-группы получают не просто новую информацию, а полноценные компетенции. Целостная система обучения и развития персонала организации в Т-группах позволяет увеличить эффективность работы сотрудников и организации в целом, а также повысить уровень мотивации и лояльности работников к организации.

Стремительное развитие технологий заставляет работодателей заботиться о постоянном повышении уровня персонала через его обучение. Внутренние ресурсы персонала для обучения могут принести организации большие выгоды. Применение накопленных знаний и опыта персоналом, а также поиск информации в сети интернет позволит организации существенно сэкономить бюджет. Использование библиотеки – один из эффективных способов обучения. Важно пополнять библиотеку новыми

изданиями постоянно, а также анонсировать их появление: делать рассылку по корпоративной почте с описанием ценности данной книги и кратким разъяснением, как она поможет в работе. Также нужно проводить периодические опросы сотрудников о том, чем бы им хотелось пополнить библиотеку. Сотрудники могут анализировать новости самостоятельно или запрашивать разъяснения в бесплатных источниках (например, в государственных органах, форумах, ответах экспертов). Задача работодателя поставить обмен такой информацией на постоянную основу. Метод позволит специалистам контролировать изменения и поднимет мотивацию персонала к развитию.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧАСТНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студ. Топильская А.Ю., гр.ЭМУ-15
Научный руководитель: доц. Дружинина И.А.
Кафедра Экономики и менеджмента

Государственно-частное партнерство (ГЧП) является одним из действенных механизмов эффективного развития рыночной экономики для привлечения ресурсов и капиталов частного бизнеса к финансированию общественного сектора экономики, осуществлению крупных проектов развития инфраструктуры, внедрению наукоемких технологий.

Метод анализа иерархий (МАИ) является систематической процедурой для иерархического представления элементов, определяющих суть любой проблемы. Эта методика позволяет оценить возможность достижения целей создания организации на основе ГЧП, а также осуществить исходя из этого выбор наиболее оптимальной его формы. Главная цель – создание путей развития предприятия на основе ГЧП. Основными критериями оценки проекта развития организации являются система сбалансированных показателей (ССП), разработанная Нортон и Капланом. Альтернативами решения поставленной проблемы являются следующие формы ГЧП: концессия; государственные контракты и заказы; инвестиционные контракты; соглашения о разделе продукции; лизинг и аренда; смешанные и совместные предприятия; особые экономические зоны.

Реализация процедур МАИ осуществляется на основе построения матриц парных сравнений для каждого из уровней иерархии (по одной матрице для каждого элемента уровня). Элементы любого уровня сравниваются друг с другом относительно их воздействия на тот или иной элемент. Таким образом, получается квадратная матрица суждений. После проведения всех парных сравнений и ввода данных по собственному

значению можно определить согласованность. Далее используется иерархический синтез для взвешивания собственных векторов весами критериев и вычисляется сумма по всем соответствующим взвешенным компонентам собственных векторов уровня иерархии, лежащего ниже.

Проанализировав последнюю таблицу парного сравнения альтернатив, получились следующие распределения по приоритету: лизинг и аренда; государственные контракты и заказы; концессия; инвестиционные контракты; соглашения о разделе продукции; смешанные и совместные предприятия; особые экономические зоны.

Таким образом, результаты проведенного анализа позволили выделить пути развития предприятия на основе ГЧП.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Маг. Федорова А.В., гр. ВМАГ-М-117

Научный руководитель: доц. Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Конкурентные преимущества организации на рынке программных продуктов формируются за счет свойств продуктов, которые она реализует как вендор либо приобретает как потребитель информационных систем (ИС). Внедрение ИС и технологий улучшает процесс управления организацией, следовательно, способствует повышению конкурентоспособности. Конкурентоспособность организации-потребителя ИС и технологий – это ее способность так организовывать управление всеми факторами производства в краткосрочной и долгосрочной перспективе, чтобы производимые товары или услуги имели стабильную или возрастающую нишу на целевом рынке. Конкурентоспособность организации-производителя продукта (вендора) – это способность успешно действовать на конкретном рынке в текущий период посредством выпуска и реализации конкурентоспособных программных продуктов и услуг по обслуживанию их жизненного цикла.

Конкурентными преимуществами организация обладает до того момента, пока только она владеет программным продуктом с особыми свойствами. Но эти преимущества теряются, как только другие участники рынка воспроизводят аналогичные свойства программного продукта. Если свойства продукта трудновоспроизводимы, то у организации есть возможность дольше сохранить конкурентное преимущество.

Для вендоров конкурентное взаимодействие включает в себя: борьбу за выгодную позицию на рынке; разработку конкурентной стратегии; создание новых условий спроса-предложения. Вендор нуждается в свойствах ИС для продаж: приемлемая цена и стоимость послепродажного

обслуживания. Существенным фактором для сбыта ИС и информационных технологий является и положение вендора на рынке, и партнерство с известными компаниями, производящими платформу, используемую продуктом, а также имиджем, способностью к постоянным изменениям и инновациям. Для вендора на качество программного продукта влияют такие факторы, как представления пользователя о целесообразном, удобном продукте; стандарты на программное обеспечение данного класса; стандарты отрасли и программные продукты конкурентов, инновации и научное развитие в сфере информационных технологий.

Организации-потребителю необходимы свойства информационных систем, которые могут обеспечить ему долговременные конкурентные преимущества, т.е. повысить его конкурентоспособность.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

Маг. Шевелёва А.Д., гр. ВМАГ-М-618
Научный руководитель: доц. Страчкова Е.Г.
Кафедра Экономики и менеджмента

Интернет-брендинг представляет собой один из важнейших инструментов формирования бренда любой организации, товара или услуги. Он может обеспечить дополнительные преимущества в виде формирования положительного имиджа либо повышения лояльности потребителей. Также, в сравнении с традиционными рекламными технологиями, интернет-брендинг предоставляет возможность диалога с потребителем, установление быстрой обратной связи, интерактивного общения с целевой аудиторией, а также, с финансовой точки зрения, стоит дешевле.

Сегодня интернет-брендинг по праву становится самостоятельной маркетинговой технологией современной организации.

Основными инструментами продвижения бренда в интернет-среде на сегодняшний день являются:

SEO (поисковая оптимизация) – комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам; одно из главных преимуществ поискового продвижения – долгосрочные результаты;

медийная реклама – размещение на сайтах баннеров, в том числе интерактивных;

контекстная реклама – достаточно дорогостоящий метод, позволяющий реализовать продвижение бренда максимально оперативно; его преимуществом является направленность на конкретную целевую аудиторию;

SMM (социальные медиа) – продвижение организаций и брендов в социальных сетях, позволяющее раскрутить как уже известную марку, так и новый бренд; ВКонтакте, Facebook, Twitter являются идеальными площадками для развития и продвижения в интернете;

PR-статьи – продвижение в интернете с помощью статей, размещенных на авторитетных сайтах, например, в электронных журналах или популярных блогах;

управление репутацией – создание положительного имиджа в интернете, отслеживание информации о них на сторонних сайтах.

Выбор инструментов продвижения бренда в интернет-среде проводится на основании стратегии продвижения, разработанной после аналитических исследований и оценки эффективности тех или иных методик для конкретного объекта исследования.

КАЧЕСТВО ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ КАК РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ГУМАНИЗАЦИИ ТРУДА

Студ. Шищенко В.С., гр. ЭМУ-117

Научный руководитель: ст. преп. Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Гуманизация труда является неотъемлемой частью социальной среды организации и рассматривает мероприятия по обогащению содержания труда.

В основе гуманизации трудового процесса и трудовых отношений лежит понимание, что достижения научно-технического прогресса не могут быть реализованы без признания ценности работника как личности. В деятельности организаций гуманизация труда предполагает реализацию организационно-технических и социально-экономических мер в целях достижения наибольшего соответствия потребностей человека и условий труда.

Гуманизация труда обуславливается двумя основными обстоятельствами: во-первых, возникают новые параметры протекания производственного процесса, обеспечивающего рост производительности труда и высокое качество продукции; во-вторых, потребность в творческом труде, стремление к повышению профессионального мастерства, потребность в безопасных условиях труда, которые стали занимать значительное место в системе потребностей человека.

Непосредственно с гуманизацией труда связано качество трудовой жизни – понятие, характеризующее степень удовлетворения личных потребностей и интересов работника посредством труда в данной организации.

В процессе труда создаются не только материальные и духовные ценности, предназначенные для удовлетворения потребностей людей, но и развиваются сами работники, которые приобретают новые навыки, раскрывают свои способности, пополняют и обогащают знания. Творческий характер труда находит свое выражение в рождении новых идей, появлении прогрессивных технологий, более совершенных и высокопроизводительных орудий труда, новых видов продукции, материалов, энергии, которые, в свою очередь, ведут к развитию потребностей. Все вышеперечисленное способствует повышению качества трудовой жизни работников и общества в целом.

Развитие и совершенствование организационно - трудовых процессов благотворно сказывается на воспроизводстве населения, повышении его материального и культурного уровня, появлении новых потребностей и их последующем удовлетворении.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ БИЗНЕС В БАНКЕ

Студ. Жудина Ю.А., гр. ЭЭФ-115

Научный руководитель: ст. преп. Шильцова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Для коммерческих банков инвестиционный бизнес является одним из приоритетных направлений деятельности, ярким примером можно считать один из крупнейших банков России Газпромбанк (АО) (далее – ГПБ). На сегодняшний день ГПБ является ведущим банком с развитым инвестиционным бизнесом.

Основной целью инвестирования для ГПБ является рост стоимости бизнеса для акционеров банка. В соответствии с целью, банк выстраивает стратегию инвестирования, которая направлена на расширение бизнеса прямых инвестиций. Так одними из отраслей экономики, входящими в инвестиционный портфель банка, являются нефтегазовая, нефтехимическая, машиностроительная, энергетическая отрасли, медиа и телеком, инфраструктурное строительство.

ГПБ участвует в государственно-частном партнерстве, которое является эффективным механизмом для реализации масштабных инфраструктурных проектов в следующих отраслях: транспортная, медицинская, социальная, сельскохозяйственная инфраструктуры, ЖКХ. Кредитный портфель данных проектов банка по итогам 2017 г. увеличился до 76,3 млрд руб., что на 40% больше прошлогоднего показателя, а маржинальный доход по данным сделкам составил 1,55 млрд. руб.

Еще одним направлением инвестиционного бизнеса для ГПБ является оказание услуг эмитентам на рынке долгового и акционерного капитала. В 2017 году на локальном рынке долгового капитала

Газпромбанк выступил организатором более 70 первичных выпусков облигаций 46 эмитентов.

Итак, помимо перечисленного выше, на сегодняшний день банк осуществляет консультирование сделок M&A, торговые операции с ценными бумагами, брокерское обслуживание, аналитическую поддержку, операции на рынке драгоценных металлов и т.д.

Инвестиционный бизнес Газпромбанка – это рост инвестиционного портфеля за 2017 г. на 55% и фактическая его величина 56 млрд. руб.; обширный разнообразный опыт инвестирования в различные отрасли экономики; статус одного из лидеров рынка проектного финансирования; высокая оценка деятельности банка инвестиционным сообществом, о чем свидетельствуют полученные престижные награды; а также наличие огромного потенциала для дальнейшего развития инвестиционного бизнеса.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Маг. Кузьмина Л.Л., гр. ВМАГ-Э-418
Научный руководитель: доц. Генералова А.В.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В последнее время интересы исследователей и практиков в области управления финансами организации обращены на управление финансовым потенциалом в организации. Корректная систематическая диагностика финансового потенциала компании может позволить выявить на ранней стадии существенные проблемы как в производственно-хозяйственной, так и в финансовой деятельности, а также сформировать план для дальнейшего увеличения положительного финансового результата. Оценка перспективного развития предприятия дает обширную информацию для инвесторов, банков и т.д. В данном случае главной задачей является то, что она позволяет заранее выявить отрицательные факторы и явления в своей деятельности.

На данный момент, в экономической литературе существуют различные подходы к определению финансового потенциала компании. Так, например, П.А. Фомин и М.К. Старовойтов утверждают, что финансовый потенциал – это отношения, возникающие на предприятии по поводу достижения максимального результата при определенных условиях. А Т.Н. Толстых и Е.М. Уланова напротив говорят, что организация должна быть обеспечена финансовыми ресурсами, с помощью которых она будет нормально функционировать.

Существующее огромное множество компаний используют различные подходы к расчету финансового потенциала. Однако все

предлагаемые методики строятся на основании данных бухгалтерской отчетности и имеют определённые преимущества и недостатки. Например, методика П.А. Фомина, М.К. Старовойтова обладает хорошей структурой и, доступна для понимания, но очень трудоемка по времени и дает только качественную оценку использования финансового потенциала, в то же время как вопрос о самом потенциале, остается до конца не раскрытым. Методика А.Д. Шеремета и Р.С. Сайфулина позволяет получить многостороннюю информацию за счет рассмотрения бухгалтерского баланса, не только для самих сотрудников компании, но и для потенциальных инвесторов.

В заключении можно сделать вывод, что не стоит останавливаться только на одном методе расчета финансового потенциала предприятия. Необходимо акцентировать свое внимание на различных методах, существующих в наше время и адаптировать их в соответствии со спецификой деятельности и задачами конкретной организации.

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Агаева Э.Ш., гр. ВМАГ-Э-418
Научный руководитель: доц. Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В основе независимости, финансовой устойчивости и платежеспособности компании лежит ее способность обеспечивать свою деятельность в достаточной мере собственными средствами. Однако существование только за счет собственного капитала не всегда возможно, поэтому для финансирования деятельности в период становления бизнеса и для его дальнейшего расширения компании прибегают к привлечению кредитных ресурсов.

Процесс кредитования компании среди прочих процедур включает оценку кредитоспособности заемщика. Кредитоспособность зависит от многих факторов, и для ее оценки используют комплексный подход, анализирующий все причины и обстоятельств определяющие текущее и будущее положение предприятия, в том числе влияния факторов, не имеющих количественных оценок.

Кредитоспособность организации-заемщика подразумевает правовую и финансовую характеристику деятельности заемщика, представленную финансовыми и нефинансовыми показателями, позволяющую оценить его возможность в будущем полностью и в срок, предусмотренный в кредитном договоре, рассчитаться по долговым обязательствам перед кредитором, а также определить степень риска при кредитовании конкретного заемщика.

В последние несколько лет усилилось влияние внешних рисков (политических, макроэкономических, валютных), которые, в свою очередь, вызвали обострение внутренних рисков: снижение платежеспособности компаний, рост числа банкротств и объемов просроченной задолженности по кредитам. В настоящее время, несмотря на некоторую стабилизацию российской экономики, в отдельных сферах по-прежнему сохраняется значительное негативное влияние внешних рисков. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос оценки кредитоспособности компаний-заемщиков с учетом внешних рисков.

При оценке кредитоспособности организации-заемщика используется несколько методов. Наиболее распространенными из них являются: метод финансовых коэффициентов, рейтинговая оценка по методике ПАО «Сбербанк» и множественный дискриминантный анализ.

Таким образом, важно отметить, что проведение данного анализа необходимо не только банкам, но и компаниям, поскольку полученные результаты позволят им обосновать возможность привлечения заемных средств, не ухудшающих уровень финансовой устойчивости и способствующих повышению эффективности деятельности.

КАЧЕСТВЕННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ РИСКОВ

Студ. Астахова В.С., гр. ЭБ-115

Научный руководитель: доц. Ингман Н.И.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Качественный подход к оценке рисков выражается в классификации информации о структуре и характеристиках объекта, внутренних взаимосвязей текущего состояния объекта, приводящих к описанию рисков, их идентификации, последствиях, а также возможному прогнозированию дальнейших действий. Результаты качественного подхода служат основной начальной информацией для последующего количественного анализа.

Одним из основных направлений в качественном подходе является выявление факторов объективного и субъективного характера, влияющих на обстоятельства, которые приводят к рисковым ситуациям или к возрастанию степени риска.

Основу объективных факторов составляют независящие от объекта внешние обстоятельства: конкуренция, экономический кризис, экология, налогообложение, изменения и поправки в законодательстве и т.д. Для субъективных факторов характерно наличие внутренних характеристик объекта: техническое оснащение, потенциал и стремления персонала, финансовая политика, проводимые мероприятия, и т.д.

Выявление и детализация конкретных факторов, воздействующих на степень риска, является необходимой информацией для определения инструментов реализации мероприятий по снижению рисков.

Наиболее популярными методами качественного подхода являются метод экспертных оценок, анализ уместности затрат, метод аналогий. Экспертный метод позволяет оценить состояние ситуации, степень возрастания риска, проанализировать риски, прогнозировать возможные варианты решений в нескольких разных интерпретациях. Анализ уместности затрат связан с перерасходом средств, и необходимостью определить факторы, влияющие на снижение или увеличение затрат. Метод аналогий заключается в анализе всех существующих данных об аналогичных объектах, изучения последствий для дальнейшего возможного прогнозирования потенциальных рисков.

Для разработки мероприятий по снижению рисков создано несколько инструментов и моделей, проводимых в качественном подходе к оценке рисков объекта.

Модели SWOT, PEST и GETS-анализа являются по характеру предоставления информации описательными, и служат основой для понимания и применения определенных количественных инструментов.

АНАЛИЗ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Маг. Дуцаева Л.И., гр. ВМАГ-М-518
Научный руководитель: доц. Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Потребительский кредит – это денежная сумма, которую физическое лицо может взять займы под проценты на определенный срок у кредитной организации (банка, микрофинансовой организации и т.д.) на различные цели, такие как приобретение какого-либо товара или услуги, погашение других кредитов, лечение, получение образования и других финансовых нужд.

За последнее время в России происходит рост объемов потребительского кредитования. Так в январе 2019 года было выдано 2,58 млн. новых кредитов общим объемом 550,61 млрд. руб. Количество выданных кредитов выросло на 5%, а объемы кредитования выросли на 19% по сравнению с январем прошлого года, когда было выдано 2,46 млн. кредитов на сумму 463,81 млрд. руб.

Лидером по темпам роста объемов кредитования в январе 2019 года был сегмент кредитов, выданных наличными денежными средствами. Общее количество таких кредитов выросло на 18%, при этом объемы

кредитования увеличились на 36%, и составил 298,12 млрд. руб. Средний чек по кредитам наличными вырос на 15%, с 229 до 263 тыс. руб.

Анализ данных по кредитным заявкам, поданным в банк, на рассмотрение физическими лицами в 2018 году, показал, что 59% положительных решений было принято банком в случае заявок по ипотеке, 44% – по заявкам на автокредиты, по кредитам наличными – 33% и по кредитным картам – 31%.

На кредитном рынке в начале 2019 г. был отмечен рост ставок, вызванный в первую очередь изменением (увеличением) в декабре 2018 года ключевой ставки с 7,5% до 7,75% годовых. Как следствие, ряд крупных банков повысил ставки по всем долгосрочным кредитам населению, в результате чего в январе среднерыночная ставка выросла почти на 0,6 п.п., до 13,1% годовых. В других сегментах рынка рост ставок был менее выраженным, однако в целом способствовал умеренному ужесточению условий кредитования розничных и корпоративных клиентов в анализируемый период.

В работе был проведен сравнительный анализ условий предоставления потребительского кредита ведущими отечественными банками. Анализ показал, что банки предоставляют достаточно широкий спектр кредитных продуктов, что позволяет населению активно использовать такие финансовые инструменты.

По данным Минэкономразвития, в следствие повышенного интереса к кредитным ресурсам, долги населения пред банками в 2018 году росли в два раза быстрее чем их зарплаты. Поэтому регулятор планирует ужесточать регулирование предоставления потребительских кредитов.

РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФИНАНСОВОГО ПАРТНЁРСТВА КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ И КОРПОРАЦИЙ

Студ. Князева Т.А., гр. ЭЭФ-115

Научный руководитель: преп. Андросова И.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Взаимодействие банка и финансово-кредитных организаций – коммерческих является неотъемлемым элементом микросреды корпорации. Предпосылками развития таких отношений являются недостаточное финансирование компаний и невозможность дальнейшего функционирования банковского сектора без преодоления оторванности от производственной сферы.

В качестве особенностей сотрудничества банков и корпораций необходимо выделить серьезное различие экономических и коммерческих интересов. Для коммерческого банка обслуживание юридических лиц

является приоритетным направлением, неотъемлемым элементом основной деятельности. Компании же не ставят финансовую деятельность в ряд стратегических целей, она, как правило, является вспомогательной. Это объясняет тот факт, что чаще всего субъектом взаимодействия (инициатором) является банк, а объектом – предприятие несмотря на то, что и банк, и предприятие являются равноправными партнерами.

Взаимоотношения предприятия и коммерческого банка представлены в двух основных формах: посреднические и партнерские.

Анализ существующих кейсов российских корпораций демонстрирует подчиненность коммерческих организаций интересам компаний. Зачастую корпорации создают так называемый «карманный банк», который обслуживает финансовые бизнес-процессы корпорации, а также обеспечивает необходимое финансирование, как правило, краткосрочное.

Сотрудничество американских компаний и финансовых организаций носит скорее равноправный характер. Кредитные организации диктуют условия финансирования и являются полноправными инвесторами.

Таким образом, выбрав путь устойчивого долгосрочного партнерства с кредитной организацией корпорация может рассчитывать на дополнительные возможности: повышение точности оценки уровня кредитного риска, обеспечение более высокой степени готовности заемщика выполнять условия кредитных соглашений, что позволяет снижать уровень кредитного риска.

Коммерческий банк предоставляет заемные средства на более выгодных условиях, а также проводит необходимый мониторинг кредитоспособности организации. В целом, долгосрочное сотрудничество юридических лиц с кредитными организациями позволяет реализовать эффективную финансовую политику. Зарубежная практика независимых финансовых структур в реальных условиях представляется более эффективной и выгодной как для коммерческого банка, так и для экономики в целом.

РАЗРАБОТКА ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Студ. Конопля О.В., гр. 3-МАГ-417

Научный руководитель: доц. Гусарова А.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Финансовая стратегия, будучи одной из функциональных стратегий организации, является неотъемлемым элементом успешного функционирования организации. Развитие хозяйственных структур в условиях рыночных отношений является первостепенной задачей организации. Многие российские предприятия не имеют эффективной

стратегии развития, которая соответствовала бы реалиям развития и самого предприятия, и среды, в которой оно функционирует. Развитие рыночных экономических систем свидетельствует о том, что скорость процессов изменения среды постоянно возрастает.

Высокая динамичность экономических процессов и обострение конкурентной борьбы способствуют возрастанию роли долгосрочных моделей, планов, программ, выражающихся в виде стратегий развития организации.

Рассматриваемая организация ООО «Боб и Соя» является одной из лидирующих компаний в России по производству готовых соевых продуктов. Компания имеет большой опыт работы (с 1995 года). ООО «Боб и Соя» является субъектом малого бизнеса, а значит, финансовая стратегия развития имеет ряд особенностей. В отличие от финансовых стратегий крупных организаций, стратегии малых организаций ориентированы на текущую конъюнктуру рынка.

В основном планирование финансовой стратегии относится к производству для покрытия текущих нужд предприятия и создания резервов.

При формировании финансовой стратегии субъекта малого бизнеса стоит учесть организационно-правовые особенности: как правило, это относится к достаточно небольшой численности сотрудников. Ограничения кадрового потенциала оказывают влияние на производственную, маркетинговую, ценовую, ассортиментную, налоговую политики.

С одной стороны, организации удаётся легко маневрировать при изменении конъюнктуры рынка, также государство оказывает поддержку таким предприятиям. Но, с другой стороны, организация сталкивается с рядом проблем: технологическими, кадровыми, финансовыми. Кроме того, существует конкурентная угроза от более крупных организаций.

Организациям малого бизнеса свойственны низкий уровень ликвидности и высокая степень риска.

Одним из ключевых вопросов для ООО «Боб и Соя» является сбалансированность использования собственных финансовых ресурсов с учетом особенностей рынка соевой продукции:

наличие выраженной сезонности потребления;

появление новых конкурентов;

сильное влияние информационной среды.

Финансовая стратегия рассматриваемой организации должна осуществляться по нескольким направлениям: оптимизация сбытовой политики, совершенствование политики снабжения оборотными средствами, формирование инвестиционной политики основных средств. Комплекс данных мероприятий предусматривает использование как интенсивных, так и экстенсивных методов организации производства.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Матвеева Е.А., гр. ЗМАГ-Э-17

Научный руководитель: доц. Ильин С.Ю.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Капитал играет важную роль в экономическом развитии организации и обеспечении удовлетворения интересов государства, собственников и персонала, его можно определить как главный объект финансового управления. Обеспечение же эффективного использования капитала входит в число важнейших задач финансового управления. В связи с этим можно говорить об актуальности темы данного исследования.

В процессе исследования будут использованы труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, таких, как И.Т. Балабанов, В.В. Бочаров, А.Г. Грязнова, З. Боди, Ю. Бригхем, Дж. Ван Хорн.

Цель исследования состоит в разработке мероприятий по совершенствованию структуры капитала организации.

Задачи исследования:

изучить теоретические основы процесса формирования структуры капитала организации;

проанализировать структуру капитала организации;

предложить и обосновать пути совершенствования структуры капитала организации.

Предметом исследования является процесс совершенствования структуры капитала организации. Объект исследования – ООО «Грин Групп».

Научная новизна исследования будет состоять в разработке мероприятий по совершенствованию структуры капитала организации с учетом ее отраслевой специфики.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты можно будет использовать в любой организации данной отрасли.

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Студ. Навроцкая А.М., гр. ВМАГ-Э-418

Научный руководитель: доц. Гусарова А.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Финансовая деятельность малого предприятия сопряжена с многочисленными рисками, в том числе и финансовыми, управление которыми представляет собой специфическую сферу финансового менеджмента.

К финансовым рискам относятся кредитный риск, процентный риск, валютный риск и риск упущенной финансовой выгоды.

Финансовые риски малого предприятия характеризуются большим многообразием и в целях осуществления эффективного управления ими классифицируются по следующим основным признакам:

1. По видам: риск снижения финансовой устойчивости или риск нарушения равновесия финансового развития, риск неплатежеспособности предприятия, инвестиционный, инфляционный, процентный, валютный, депозитный, кредитный, налоговый, структурный, криминогенный, прочие виды рисков.

2. По характеризующему объекту: риск отдельной финансовой операции, риск различных видов финансовой деятельности, риск финансовой деятельности предприятия в целом.

3. По совокупности исследуемых инструментов: индивидуальный, портфельный.

4. По комплексности исследования: простой, сложный.

5. По источникам возникновения: внешний, систематический или рыночный риск и внутренний, несистематический или специфический риск.

6. По финансовым последствиям: влекущий только экономические потери, влекущий упущенную выгоду, влекущий как экономические потери, так и дополнительные доходы.

7. По характеру проявления во времени выделяют: постоянный, временный.

8. По уровню финансовых потерь: допустимый, критический, катастрофический.

9. По возможности предвидения: прогнозируемый, непрогнозируемый.

10. По возможности страхования: страхуемый, нестрахуемый.

Управление финансовыми рисками предприятия представляет собой процесс предвидения и нейтрализации их негативных финансовых последствий, связанный с их идентификацией, оценкой, профилактикой и страхованием.

В работе был проведен анализ финансовых рисков на предприятии малого бизнеса ООО ТПК «Росток», который показал, что данная организация подвержена таким рискам как инфляционный риск, процентный риск, валютный риск, кредитный риск, налоговый риск, риск упущенной финансовой выгоды, а также некоторым внешним рискам, сопряженными с изменениями происходящими во внешней среде. Анализ показал, что на протяжении всего анализируемого периода все присущие предприятию риски не являются критическими.

ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПАНИЙ РОССИИ

Маг. Повтарь О.С., гр. ЗМАГ-Э-417

Научный руководитель: доц. Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

На современном этапе развития экономики ИТ-бизнес является важной составляющей сферы услуг, поскольку его деятельность обеспечивает потребности различных отраслей народного хозяйства в современных интеллектуальных продуктах, позволяющих существенно повысить эффективность принимаемых решений как юридическими, так и физическими лицами.

В настоящее время в Российской Федерации происходит активное развитие информационной индустрии. При этом на рынке явно ощущается недостаток высокоспециализированных компаний в этой сфере.

Объем продаж на ИТ-рынке в 2018 г. составил в России порядка 40 млрд. долл., из которых более половины приходится на Москву и Санкт-Петербург. Можно говорить о том, что на российском рынке формируются и продолжают действовать крупные информационные сети. В целом для современного состояния ИТ-рынка характерно ожидание процессов слияний и поглощения, а также рост востребованности услуг предприятий этой отрасли, что формирует заинтересованность инвесторов к этой сфере вложения капитала.

Инвесторы, вкладывающие средства в предприятия и продукты ИТ-бизнеса, в первую очередь в своей деятельности ориентируются на концепцию управления бизнесом, основанную на стоимостном подходе, которая предполагает наличие эффективных методов оценки бизнеса. Менеджмент ИТ-компаний, также смещает свои целевые ориентиры в сторону наращивания стоимости бизнеса, что позволяет обеспечивать более высокие конкурентные преимущества на рынке, а также повышать инвестиционную привлекательность для дальнейшего наращивания потенциала организаций. Акцент сегодня делается на основные факторы, влияющие на стоимость, грамотное управление которыми позволит повысить финансовую устойчивость компании и, следовательно, может привести к росту акционерной стоимости компании в целом.

В среднесрочной перспективе информатизацию российской экономики будут определять более «приземленные» тенденции. Это массовая переориентация на ИТ-аутсорсинг, более активное распространение облачных технологий, с акцентом на облачные сервисы. Вопросы информационной безопасности становятся все более актуальными, выходя на новый уровень качества и подходов к организации защиты данных. Большой потенциал технологий дополненной

и виртуальной реальности может быть полезен в самых различных сферах, таких как: в образовании – это визуализация и геймификация школьных программ; в сфере корпоративного обучения и безопасности на производстве – это тренажер для повышения компетенций и улучшения навыков. Технология будет пользоваться высоким спросом также в девелопменте, проектировании и дизайне, в туриндустрии.

ЦЕЛИ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Маг. Синтюрева О.Е., гр. ВМАГ-Э-418
Научный руководитель: доц. Макарова Н.С.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Прогнозирование – один из самых распространенных первоначальных этапов в современном бизнесе, вне зависимости от отрасли. Однако степень эффективности, а следовательно, и востребованности прогнозов, от отрасли к отрасли все же различна.

Цели финансового прогнозирования:

оценка перспектив воздействия внешней среды и внутренних условий на будущее состояние финансовых ресурсов организации;

обоснование стратегии развития корпорации с позиции экономического компромисса между доходностью, ликвидностью и риском;

определение необходимого объема финансовых ресурсов для реализации стратегии;

определение жизнеспособности организации в условиях конкуренции;

предотвращение ошибочных действий в области финансового планирования.

Из числа 500 крупнейших компаний мира по рыночной капитализации (на начало 2017 года) обозначим область применения прогнозирования на примере нескольких отраслей, как классического бизнес-инструмента:

телекоммуникационные компании: прогнозирование оптимального расширения пропускной способности сети передачи данных; прогнозирование роста капитальных расходов (приобретение или обновление необоротных активов); прогнозирование роста рынка; прогнозирование трафика сети по районам, городам и регионам; планирование затрат на увеличение мощности сети.

энергетические компании: почасовой прогноз электропотребления; прогнозирование темпов роста возобновляемой энергии (солнечная, ветровая, геотермальная, биоэнергетика); прогноз объемов первичного

энергопотребления; прогноз топливно-энергетических ресурсов со стороны отраслей экономики и населения, по регионам и странам мира; прогнозирование объемов генерации и транспортировки электроэнергии.

банковская отрасль: прогноз кредитоспособности заемщиков; прогнозирование финансовых потоков; остатков по вкладам; спрос наличности в банкоматах.

розничная торговля: построение прогноза продаж каждого вида товара; прогнозирование объема продаж по товарным группам, магазинам, регионом, по всей сети в целом.

Во многих компаниях методы прогнозирования начинают включаться в автоматизированные технологические цепочки. Возрастают требования к точности прогнозов, все большие объемы информации становятся доступны для анализа, что вероятно улучшает качество прогноза.

ОСОБЕННОСТИ ЭМИССИИ КОРПОРАТИВНЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ

Маг. Согрина М.В., гр. ВМАГ-Э-418
Научный руководитель: доц. Гусарова А.С.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Рынок ценных бумаг является неотъемлемой частью рыночных отношений. Зарождение рынка корпоративных ценных бумаг в нашей стране берет свое начало с момента появления первых акционерных обществ с частным капиталом. Законодательно это было закреплено Постановлением Совмина РСФСР от 25.12.1990 № 601 «Об утверждении «Положения об акционерных обществах».

В настоящее время регулирование рынка ценных бумаг в значительной степени регламентировано и контролируется государством. К основным документам, регулирующим вопросы эмиссии ценных бумаг, можно отнести Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (далее – Закон о рынке ценных бумаг), Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах и др.

В соответствии с Законом о рынке ценных бумаг эмиссионная ценная бумага – любая ценная бумага, в том числе бездокументарная, которая характеризуется одновременно следующими признаками: закрепляет совокупность имущественных и неимущественных прав, подлежащих удостоверению, уступке и безусловному осуществлению с соблюдением установленных Законом о рынке ценных бумаг формы и порядка; размещается выпусками; имеет равные объем и сроки осуществления прав внутри одного выпуска вне зависимости от времени

приобретения ценной бумаги. К эмиссионным ценным бумагам относятся: акции, облигации, опционы эмитента.

Процедура эмиссии включает в себя следующие этапы: принятие решения о размещении ценных бумаг или иного решения, являющегося основанием для размещения ценных бумаг; утверждение решения о выпуске (дополнительном выпуске) ценных бумаг; государственную регистрацию выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг или присвоение выпуску (дополнительному выпуску) ценных бумаг идентификационного номера; размещение ценных бумаг; государственную регистрацию отчета об итогах выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг или представление уведомления об итогах выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг.

Эмиссия ценных бумаг является эффективным инструментом решения финансовых и управленческих задач, к числу которых можно отнести: мобилизацию ресурсов на осуществление инвестиционных проектов эмитента; расширение производства; увеличение собственного капитала общества-эмитента; изменение структуры акционерного капитала; погашение кредиторской задолженности путем предоставления кредиторам части выпущенных ценных бумаг и др.

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ В РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Маг. Чегемлиев М.Х-Д.

Научный руководитель: проф. Дембицкий С.Г.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Развитие малого бизнеса в регионах, как и в целом в Российской Федерации, за последние годы заметно активизировалось. Постепенный выход из мирового кризиса увеличил потребность в формировании нового поколения предпринимателей, молодых динамичных, современных людей, способных играть активную роль в бизнесе, экономике и в развитии общества.

Согласно данным, полученным институтом комплексных стратегических исследований (ИКСИ) от 46 до 63% наемных работников, которые были уволены во время экономического кризиса, являются молодыми специалистами, не достигшими 30-летнего возраста.

Ежегодные опросы и социологические исследования показывают, что процент молодежи, желающей заниматься развитием собственного бизнеса, в несколько раз превышает долю тех, кто уже создал свое дело. По данным ИКСИ 78% опрошенных считают открытие малого бизнеса отличным способом самореализации. В связи с этим в регионах необходимо создавать такие условия, чтобы представители молодежного

предпринимательства принимали непосредственное участие в обсуждении и решении задач стратегического развития территории, формировании экономических и социальных связей, обеспечивающих устойчивое функционирование бизнеса.

Решению этой задачи во многом служит создание молодежного правительства Карачаево-Черкесской Республики (КЧР), где активная часть молодежи имеет реальную возможность применения наиболее прогрессивных идей в конкретных мероприятиях. Развитие молодежного предпринимательства это сути одна из моделей построения инновационной экономики республики.

Проводится работа по вовлечению молодежи в бизнес. В 2014 году впервые на территории КЧР был презентован образовательный проект «Свое дело». Основной целью проекта «Свое дело» является популяризация предпринимательства как эффективной жизненной стратегии в молодежной среде, повышение мотивации для массового вовлечения молодых людей в предпринимательскую деятельность, что будет способствовать увеличению налоговых поступлений в бюджет республики. Данная Программа создает условия для вовлечения, отбора, обучения молодых людей основам предпринимательской деятельности, оказывает содействие молодым предпринимателям в развитии бизнеса.

ВНЕДРЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Маг. Карасев А.Е., гр. МАГ-СР-118
Научный руководитель: доц. Задорнов К.С.
Кафедра Коммерции и сервиса

Актуальность обусловлена тем, что в наши дни ни одна успешная компания не представляется без специальной программы для учета всех операций на предприятии. Современная информационная система в состоянии за несколько минут сформировать любой показатель по заранее определенному алгоритму расчета. Именно эффективность технологий и подталкивает руководителей принять решение о внедрении системы в деятельность предприятия.

Проблема выбора комплексных систем управления предприятием всегда была нелегкой, а с учетом сегодняшнего состояния рынка она стала еще более сложной.

Цель поставленной работы – рассказать о внедрении корпоративной информационной системы и на примере предприятия показать, как улучшилось его конкурентное положение на рынке и повысилось ли качество управления.

Задачи исследования:

1. Выбор EPR-системы.
2. Смоделировать весь цикл процессов, сопровождающих внедрение системы автоматизации.
3. Проанализировать результаты и целесообразность данного внедрения на примере предприятия.

Таким образом, данное исследование позволит узнать о подходах, этапах внедрения корпоративной информационной системы. Так же описан опыт компании о процессе принятия решения о внедрении и задачах, которые может решить внедрение EPR-система и комментарии предприятия после введения в эксплуатацию.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА С ПОМОЩЬЮ ОНЛАЙН-СЕРВИСА 1С: «УПРАВЛЕНИЕ НЕБОЛЬШОЙ ФИРМОЙ»

Маг. Лапина Л.О., гр. МАГ-СР-118
Научный руководитель: доц. Задорнов К.С.
Кафедра коммерции и сервиса

Сегодня на рынке достаточно предложений для автоматизации учета и управления. На данный момент, существует ряд причин, по которым руководители отдают предпочтение продукции фирмы 1С, являющейся фактически стандартом в России: стоимость, обновления, функционирование, настройка. Срок окупаемости настройки 1С ниже, чем аналогичных западных систем.

Для автоматизации операций учета и управления Интернет-магазина предпочтительна конфигурация 1С: «Управление небольшой фирмой 8» (1С: УНФ). Возможности 1С: УНФ: интеграция с популярными системами управления сайтами (CMS) 1С-Битрикс; создание единой базы заказов от источника их поступления (заказы с сайта; заказы, оформленные в магазине, по телефону и по электронной почте); актуальная информация на сайте о наличии и стоимости товаров; простой перенос данных между сайтом и учетной системой; автоматическая выгрузка товаров и их изображения, цены и остатки на сайт; постоянный автоматический обмен с программой 1С: УНФ приводит обслуживание сайта к минимуму; возможность срочного обновления цен и добавить товар вручную.

При использовании конфигурации 1С: УНФ для Интернет-магазина, применяется программный инструмент Customer Relationship Management (CRM – Управление взаимоотношениями с клиентами).

Программный инструмент позволяет обеспечить повышение продаж за счет оптимизации бизнес-процессов, повышения качества товаров и услуг, также эффективной взаимосвязи с клиентами.

Ключевые особенности CRM в 1С: УНФ: работа с базой клиентов; бесплатная мобильная телефония для исходящих вызовов и приема звонков; подробная карточка клиента с полными данными, возможность мониторинга сотрудничества; воронка продаж: количество заказов на отдельном этапе, среднее время прохождения состояния, сумма заказов, конверсия; управление отделом продаж с детальной настройкой автоматизации процессов; анализ работы менеджеров.

Данный инструмент важен для успешного развития Интернет-торговли, способствующий вовлечению клиентов в работу Интернет-магазина.

ФАКТОРЫ БАНКОВСКОЙ ЛИКВИДНОСТИ

Маг. Ким Д.Э., гр. МАГ-Э-217

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

На сегодняшний день одним из наиболее важных понятий, используемых коммерческими банками в своей деятельности, является ликвидность. На ликвидность банка влияет большое количество факторов разнонаправленного действия. Эти факторы подразделяются на внешние и внутренние. Первые банк может только учитывать в своей деятельности, а на другие банк может влиять, снижая отрицательные последствия от их воздействия.

К внешним факторам относятся: общая политическая и экономическая обстановка в стране; развитие рынка ценных бумаг и межбанковского рынка; система рефинансирования Банком России коммерческих банков; эффективность надзорных функций Банка России. Благоприятная экономико-политическая ситуация в стране упрощает развитие банковских операций и эффективное функционирование банковской системы. Развитие рынка ценных бумаг способствует перераспределению банками свободных денежных средств, а также поддержание банковской ликвидности. Эффективность надзорных методов Банка России устанавливает взаимодействие Банка России с коммерческими банками на этапе управления ликвидностью.

К внутренним факторам относятся: качество активов банка; качество и структура привлеченных средств; сопряженность активов и пассивов по срокам; менеджмент и имидж банка. От качества активов банка зависят такие показатели, как достаточность капитала и показатель принимаемых кредитных рисков. Структура привлеченных средств характеризует устойчивость капитальной базы банка, позволяет учесть потребность в ликвидных средствах для того, чтобы погасить обязательства. От степени согласованности активов и пассивов по срокам и объемам зависят уровни

принимаемых процентных и валютных рисков. Банку с хорошей репутацией легче поддерживать стабильность своей депозитной базы.

В практической деятельности банку необходимо большее внимание уделять внутренним факторам, так как их негативное влияние на ликвидность может быть сглажено. В противном случае действие этих факторов приведет к появлению рисков ликвидности, которые представляют собой риски, связанные с невозможностью быстрой конверсии финансовых активов в платежные средства по приемлемым ценам без потерь.

ЭЛЕМЕНТЫ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Маг. Курочкин К.А., гр. МАГ-Э-218
Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.
Кафедра Коммерции и сервиса

Основные элементы депозитной политики коммерческого банка predeterminedены её сущностью, задачами, стоящими перед ней и целью реализации.

В экономической теории нет единого мнения по элементам депозитной политики банка, однако, многие авторы включают в нее следующие элементы:

- стратегию утвержденного в банке депозитного процесса;
- организацию формирования ресурсной базы;
- контроль за реализацией депозитной политики.

Другой вариант состава элементов депозитной политики можно представить следующим образом:

- определение целей деятельности в данном периоде и в конкретной области;
- установление правил проведения депозитных операций по соответствующим счетам;
- выработка правил функционирования депозитов;
- построение оптимальных для конкретной сферы условий между различными видами депозитов и сроками их хранения.

Обобщив все вышеперечисленные элементы депозитной политики можно сказать, что основными элементами депозитной политики являются организация депозитной деятельности (деятельности депозитного подразделения); определение лимитов по отдельным направлениям привлечения средств; санкционирование депозитов (принципы распределения полномочий); оценка заявок на вклад; определение цены депозита; контроль за рисками в процессе депозитного обслуживания.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОЦЕССА СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Маг. Мусаева Д.А., гр. МАГ-Э-217

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Понятие банковского стратегического менеджмента сводится к пониманию его как процесса управления развитием кредитной организации. Процесс стратегического менеджмента в коммерческом банке необходимо рассматривать как выполнение основных этапов оценки внешней и внутренней среды, разработки стратегии, постановку целей и задач, ее реализации и организации предварительного, текущего и последующего контроля. Все этапы управления процессом стратегического менеджмента коммерческим банком должны быть тесно связаны друг с другом для оперативного принятия необходимых решений субъектами стратегического менеджмента.

В настоящее время существуют разные модели процесса стратегического менеджмента в коммерческом банке. Большинство из них частично или полностью не соответствует современным требованиям. Проанализировав существующие модели процесса стратегического менеджмента в коммерческом банке, можно выделить основные необходимые этапы и определить их последовательность.

Таким образом, процесс стратегического менеджмента в коммерческом банке должен содержать следующие основные этапы:

Предварительный анализ (ситуационный анализ) и контроль за изменением внешних и внутренних факторов.

Определение миссии и стратегических целей банка, и определение бюджета на их реализацию.

Разработка функциональных стратегий развития банка и маркетинга, управление активами и пассивами, стратегия развития организационной структуры и управления персоналом.

Целевые программы. По окончании формирования стратегии банка по всем направлениям его работы ставятся задачи по её реализации для потребителей, определяется план деятельности банка в целом и всех его отделов.

Реализация стратегии и текущий контроль за промежуточными результатами. Использование системы финансовых и нефинансовых показателей деятельности банка для оценки степени достижения его целей.

Общий контроль за показателями выполнения стратегии.

ПРИЧИНЫ ОТКАЗОВ В ВЫДАЧЕ КРЕДИТОВ ПРЕДПРИЯТИЯМ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Маг. Рахманова С.К., гр. МАГ-Э-217
Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.
Кафедра Коммерции и сервиса

Основные причины отказов в выдаче кредитов предприятиям малого и среднего бизнеса включают в себя:

Кредитную историю. Банкам не выгодно выдавать кредит заемщику с низкой репутацией. Испорченная, негативная кредитная история или же ее полное отсутствие со 100% вероятностью приводит к неодобрению заявки на выдачу денежных средств.

Отсутствие залогового обеспечения. Им может быть движимое или недвижимое имущество, производственное оборудование, которое находится в собственности заемщика. Вместо предоставления имущества также может выступать гарантом или поручителем лицо, имеющее достаточный капитал для возврата заемных средств и процентов по кредиту.

Бизнес-план. Для открытия своего стартапа необходимо разработать план, описывающий деятельность будущей организации, рассчитать все необходимые расходы и срок окупаемости проекта. Отсутствие грамотного бизнес-плана, технико-экономического обоснования проекта, а следовательно, плохое представление о правильном использовании полученных денежных средств, является одной из основных причин отказов в кредитовании малого бизнеса.

Финансовое положение. Владельцу малого бизнеса требуется дополнительное финансирование, когда ему необходимы дополнительные вложения для увеличения своего оборота для закупки оборудования, сырья, для производства товара, либо когда его положение становится совсем шатким и требуется материальная поддержка. Во втором случае с большей вероятностью банк откажет в предоставлении средств, поскольку риски банка в данной ситуации увеличиваются.

Недоверие. У банков складывается доверительное отношение к крупным организациям с высокими оборотами, нежели к более маленьким. Даже если кредит будет одобрен, выданная сумма будет невелика и срок кредитования будет минимален.

Соккрытие своего финансового положения. Не каждое предприятие ведет открытую отчетность своей деятельности, или имеет желание показать свои реальные доходы. Это объясняется нежеланием уплачивать все возложенные на нее налоговые выплаты и работой по так называемым «серым схемам».

ПРОЦЕДУРА ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Маг. Титаренко И.А., гр. МАГ-Э-218
Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.
Кафедра Коммерции и сервиса

Финансовая политика необходима, чтобы регулировать деятельность банка по формированию и трансформации финансовых ресурсов; она позволяет развивать и совершенствовать эту деятельность, а также контролировать и согласовывать процессы формирования и модификации финансовых ресурсов банка.

Процедура формирования финансовой политики коммерческого банка считается составляющим элементом общей банковской политики и состоит из следующих частей:

Разработка общей концепции финансовой политики коммерческого банка;

Формирование подходящего финансового механизма в виде тактики коммерческого банка;

Создание показателей для контроля финансовой политики коммерческого банка;

Создание процедуры формирования финансовой политики коммерческого банка.

При формировании финансовой политики необходимо разработать «Положение о финансовой политике банка». Данное положение должно включать в себя следующие элементы: общие положения, список терминов и определений, цели и задачи финансовой политики банка, основные принципы финансовой политики банка, мероприятия по реализации финансовой политики банка, контроль финансовой политики банка, оценка результатов реализации финансовой политики банка и т.д.

Финансовые ресурсы коммерческого банка считаются основой формирования финансовой политики банка. Одним из критериев, по которому оценивается качество разработки и реализации финансовой политики, служит именно объем и структура финансовых ресурсов, которые создают исходные условия формирования.

Также для формирования финансовой политики коммерческого банка необходимо разработать определенный алгоритм. Он может выглядеть следующим образом: определение коммерческих целей; анализ финансового состояния банка; анализ предпринимательской и финансовой среды; определение норм и принципов в управлении финансами банка, которые позволяют решать поставленные задачи.

Для формирования финансовой политики необходимо учитывать влияние внешних и внутренних факторов, а также их взаимосвязь с целями и задачами финансовой политики.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Маг. Титаренко К.А., гр. МАГ-Э-217

Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.

Кафедра Коммерции и сервиса

Положение России на мировом финансовом рынке интегрально характеризует конкурентоспособность банковского сектора. В свою очередь проблема конкурентоспособности банков является сложной, многогранной и комплексной, что объясняется изменением условий и факторов функционирования коммерческих банков.

Проблема повышения конкурентоспособности коммерческих банков приобретает особое значение в связи с глобализацией и ростом российской экономики. В результате слияний и поглощений транснациональных корпораций появляются новые более мощные субъекты мировой экономики – ТНК и банки, которые делят сферы влияния между собой. В связи с этим необходимо в срочном порядке пересматривать стратегии позиционирования и формировать действенные механизмы по улучшению деятельности коммерческих банков. Именно поэтому Банк России ужесточает требования к ним.

Процессы глобализации определяют новые вызовы, ставят новые задачи перед коммерческими банками и приводят к: обострению банковской конкуренции; необходимости совершенствования национальной регламентации банковской деятельности на основе рекомендаций по совершенствованию управления банком с учетом различных рисков; ускорению бизнес-процессов в коммерческих банках; заинтересованность России в международном сотрудничестве.

Под влиянием глобализации экономика России, как и других стран, начала реструктуризацию банковской системы с целью увеличения конкурентоспособности на международной арене. Данная стратегия включает в себя:

- Усиление контроля за банками, а также повышение его качества
- Повышение стабильности и эффективности деятельности банков
- Расширение спектра различных банковских услуг
- Внедрение новейших банковских технологий

Внедрение в практику рекомендаций международных организаций (Базельского комитета по банковскому надзору, ФАТФ по борьбе с отмыванием преступных доходов и финансированием терроризма)

Сохранение банковской тайны

В результате соблюдения всех вышеперечисленных рекомендаций по увеличению конкурентоспособности коммерческих банков в условиях глобализации, российский банковский сектор может и должен повысить свои конкурентные преимущества на мировой арене.

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Маг. Наджибулла Ф., гр. МАГ-Э-217
Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.
Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время малый и средний бизнес в экономике Российской Федерации весьма немаловажен.

Выделяются шесть аспектов влияния субъектов малого и среднего бизнеса на экономику любого региона:

1) повышение уровня занятости и самозанятости в регионе. Развитие бизнеса положительно сказывается на состоянии рынка труда, так как создаются новые рабочие места, следовательно, повышается спрос на рабочую силу.

2) создание комфортной среды для проживания. Малый и средний бизнес создают комфортную среду для жизни населения. Он помогает ослабить тенденции к социальной дифференциации, которые характерны для рыночной экономики.

3) удовлетворение локального спроса и специфических потребностей. Только малые предприятия обеспечивают индивидуальный подход к клиенту и в полной мере удовлетворяют спрос за счет узкой специализации.

4) развитие региональных рынков. Малый и средний бизнес содействуют развитию региональных рынков, так как он отвечает и за развитие местной инфраструктуры.

5) обеспечение налоговых поступлений в бюджет региона. Бюджет региона получает большую часть поступлений именно от налоговых отчислений субъектов малого и среднего бизнеса, а также от их прочих поступлений.

6) способствование экономическому развитию региона. Это проявляется в формировании валового регионального продукта и в инновационной деятельности малых предприятий. Именно малый бизнес осваивает новые технологии и создает инновационные продукты.

Таким образом, роль субъектов малого и среднего бизнеса в экономике любого региона крайне высока. Чем больше доля малых и средних предприятий, тем более развитой считается экономика региона.

Как показал проведенный анализ, в настоящее время лидерами по развитию малого и среднего бизнеса в Российской Федерации являются Москва и Московская область, а также Санкт-Петербург.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ ОПЕРАЦИЯМИ

Маг. Михайлов Н.В., гр. МАГ-Э-217
Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.
Кафедра Коммерции и сервиса

В современных условиях коммерческие банки служат для движения финансовых ресурсов между участниками рыночных отношений и обеспечивают функционирование экономики. Банк, как кредитная организация, занимается привлечением пассивов и проведением активных операций на условиях возвратности, платности и срочности, которые являются показателями успешности банковской деятельности.

К основным видам банковских операций в соответствии с Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» относятся привлечение денег физических и юридических лиц во вклады и депозиты (до востребования и на определенный срок); размещение привлеченных средств от своего имени и за свой счет; открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц; осуществление переводов денег по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, инкассация денег, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц; купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной форме; привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов; выдача банковских гарантий; осуществление переводов денег без открытия банковских счетов, в том числе электронных денег (за исключением почтовых переводов).

За качественное выполнение банковских операций, каждая из которых связана с активами или пассивами банка, несет ответственность непосредственно коммерческий банк. Пассивы банка включают собственные и заемные ресурсы, то есть образуют ресурсную базу кредитной организации.

Управление банковскими операциями – сложный многомерный процесс, который включает планирование, организацию и контроль за активными и пассивными операциями банка на условиях срочности, платности и возвратности, направленных на достижение целей собственников банка. Управление банковскими операциями основывается на принципах сбалансированности, диверсификации, оптимальности, двойственности, максимизации эффективности, ориентации на внутренние

ресурсы, ориентации на инновации, осмотрительности, двойного контроля, транспарентности. Основным уполномоченным органом управления активами и пассивами коммерческого банка является КУАП (комитет по управлению активами и пассивами).

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ НАДЕЖНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Студ. Вдовиченко К.С., гр. ВМАГ-Э-218
Научный руководитель: доц. Зернова Л.Е.
Кафедра Коммерции и сервиса

Надежность коммерческих банков является предметом индивидуального подхода для акционеров, вкладчиков и органов контроля, так как проблемы банкротства в банковской среде оказывают негативное воздействие на экономику страны, отдельного региона.

Анализ экономической литературы показал, что понятия «надежность» и «устойчивость» – достаточно взаимоопределяющие и дополняющие друг друга категории. Под устойчивостью банка понимается такое его экономическое состояние, при котором обеспечивается неизменный уровень надежности. Устойчивость банка можно рассматривать как условие его успешной деятельности, что предопределяет надежность данного банка.

По тогда мнению Фетисова Г.Г., надежный устойчивый банк представляет собой банк, деятельность которого, несомненно, приводит к реализации интересов конкретного субъекта.

Масленникова Д.С. рассматривает надежность коммерческого банка как оценку его деятельности определенным субъектом экономических отношений, которая подтверждает способность банка в стратегическом аспекте своевременно и в полном объеме выполнить взятые на себя обязательства вне зависимости от экономической и политической обстановки в стране.

Понятие «устойчивый» определяет способность коммерческого банка удерживать неизменный уровень его показателей. Понятие «надежный» означает, что оценочные показатели банка стабильны и находятся в желаемом размере. При этом первая категория представляет способность банка к саморегулированию показателей и нахождению их в позитивной зоне, а вторая категория конкретно указывает на положительный уровень оценочных показателей банка.

При этом устойчивость первоначально по отношению к надежности: неустойчивый банк, склонный к колебаниям, например, капитала, заемных средств, финансового результата, не может быть надежным.

Таким образом, можно сделать вывод, что надежность коммерческого банка – это, в первую очередь, способность банка к реализации взятых на себя обязательств. Рассчитывается она как интегральный показатель, объединяющий состояние ликвидности, кредитоспособности и платежеспособности банка. Понятие надежность банка понимается как совокупность факторов, при которых банк способен выполнить свои обязательства, обладать достаточным запасом прочности при кризисных ситуациях. Устойчивость же банка – это его возможность противостоять внешним воздействиям.

РАЗРАБОТКА НОВОГО ПРОДУКТА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ НА РЫНКЕ

Студ. Букина А.М., Кица А.А., гр. ЭММ-114з

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

Необходимо применять к новому продукту, функционирующему на рынке правильные маркетинговые стратегии по мере того, как он проходит все стадии своего жизненного цикла: рождение, рост, зрелость и постепенное вытеснение с рынка товарами-аналогами. Компания, которая рассчитывает иметь высокие продажи и быть прибыльной в условиях конкурентной среды, должна постоянно обновлять свои товарные предложения. Обновление предложения включает разнообразные мероприятия: создание новых товаров и расширение ассортимента существующих торговых марок. В связи с мировой глобализацией, повышением конкуренции, развитием техники, технологий и ускоряющимся изменением потребительских предпочтений, жизненный цикл товаров все более сжимается, это требует от бизнеса более быстрого принятия решений и сокращения сроков разработки товара и его вывода на рынок. Сокращение сроков означает снижение возможностей по качественной проработке проектов и увеличение рисков, что значительно повышает требования к качеству менеджмента и сопровождения, в том числе финансового, на всех этапах проектов, для своевременного выявления неэффективных и рискованных проектов, страхования рисков, минимизации потерь, достижения целевых результатов. Вывод нового товара на рынок производственной компанией – важная комплексная, многофункциональная организационная задача. Она непосредственно затрагивает такие функциональные области деятельности предприятия, как маркетинг, продажи, закупки, производство, финансы и другие функции. Кроме того, вывод товара на рынок является предметом как стратегического и тактического, так и проектного и операционного менеджмента на предприятии. Существует группа факторов, влияющих на

выведение нового товара на рынок негативно, в нее входят: отсутствие отличительного свойства или уникального преимущества товара, нечеткое определение товара или рынка до его разработки, дисбаланс технических, производственных и научно-исследовательских возможностей фирмы, неэффективность технологических операций, переоценка степени привлекательности рынка. Также важная роль на этапе вывода нового товара на рынок отводится выбору каналов сбыта. Дистрибуция, также, как и стратегия, выбирается в зависимости от особенностей конкретного данного товара. При выборе каналов сбыта фирма решает, какие сегменты потребителей будут охвачены через определенные промежуточные ступени сбыта.

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Студ. Тен К.О., гр. ЭММ-114з
Научный руководитель: доц. Ильина С.И.
Кафедра Коммерции и сервиса

Находясь в магазине, покупатель принимает решение о покупке товара импульсивно, стоя непосредственно перед прилавком и выбирая между несколькими вариантами продуктов-аналогов. Замечено, что покупки среднестатистического современного потребителя только на 20% зависят непосредственно от продукта, а на 80% – от его окружения. Можно научиться управлять вниманием покупателя в этот момент принятия решений, и, акцентируя его на определенных марках или видах товара, стимулировать их продажу – это основа торгового маркетинга.

Мерчендайзинг определяет набор продаваемых в розничном магазине товаров, способы их выкладки и расположения рекламных материалов, конечные цены и связан с мероприятиями, направленными на прямое стимулирование конечного потребителя выбрать и приобрести продвигаемый товар, не корректно применять его к нерозничным продажам, т.е. продажам вообще. Залогом эффективного мерчендайзинга является грамотная координация усилий покупателя, производителя и продавца, осуществляющих процесс передачи товара.

Эффективная стратегия мерчендайзинга включает в себя планирование относительно организации необходимого запаса товаров в розничной торговой точке:

товары, выкладываемые на полках, должны соответствовать ожиданиям покупателей относительно ассортимента магазина;

закупки у поставщиков должны производиться с учетом пропорциональности продаж разных марок (нужно стремиться закупать известные и продаваемые марки);

выкладка товаров должна осуществляться соответственно уровню продаж: самые продаваемые товары занимают больше торгового места, менее продаваемые – соответственно меньше.

Грамотное осуществление планов по мерчендайзингу выгодно всем участникам процесса: фирмам, поставляющим товары; розничным торговым точкам, увеличивая их ежедневную выручку и даже потребителям, поскольку им становится проще найти качественный и полезный товар на полках, следовательно, он влияет на окончательное решение потребителя по поводу покупки того или иного товара. Большинство людей совершают покупки зачастую каждый день и торговые точки становятся частью их бытового окружения, влияют на их настроение и психологическое состояние. Уровень мерчендайзинга в состоянии изменить отношение покупателей к торговле и качеству обслуживания, и способен повлиять на качество жизни каждого покупателя.

УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Маг. Писарев В.А., гр. ВМАГ-Э-218

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

Ликвидность банка является одной из основных качественных характеристик деятельности коммерческого банка. В банковской практике можно выделить общие подходы к оценке и управлению ликвидностью на основе анализа:

1. Структуры активов, пассивов, внебалансовых требований и обязательств по срокам погашения с учетом фактических сроков погашения активов, пассивов, внебалансовых требований и обязательств;
2. Графика входящих и исходящих денежных потоков банка;
3. Данные формы «Сведения об активах и пассивах по срокам востребования и погашения» Указания ЦБ РФ от 13.12.2010г. №2539-У «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчетности кредитных организаций в Центральный банк Российской Федерации»;
4. Динамика фактических значений и прогноза обязательных нормативов ликвидности и факторов, оказывающих на них влияние.

Показатели избытка или дефицита и коэффициенты ликвидности рассчитываются исходя из сценариев развития событий, влияющих на ликвидность банка. Основой для определения сценариев является разработанный макроэкономический прогноз на соответствующий год.

Устанавливаются следующие сценарии:

- а) базовый – сценарий прогноза, используемый при подготовке бизнес-плана и соответствующий вероятному развитию событий;

- б) сценарий 1 – пессимистический сценарий, прогнозирующий развитие негативных тенденций в экономическом положении страны;
- в) сценарий 2 – ухудшение ситуации на фоне сценария 1;
- г) кризисный – экономический кризис.

Если при реализации базового сценария коэффициенты ликвидности и их прогнозные значения обязательных нормативов ликвидности оказываются вне рамок установленных предельных значений, то банк проводит мероприятия, необходимые для восстановления ликвидности. При реализации сценариев 1, 2 и кризисного банк осуществляет мероприятия для восстановления ликвидности в обязательном порядке.

В РФ нормативным документом, регулирующим организацию процесса управления ликвидностью коммерческого банка является письмо ЦБ РФ от 27.07.2000 г. №139-Т «О рекомендациях по анализу ликвидности кредитных организаций», которое содержит основные рекомендации по обеспечению управления и контроля ликвидности банковской организации и по оценке влияния ликвидности на финансовое состояние кредитных организаций. Коммерческие банки не обязаны придерживаться рекомендованного порядка, а вправе разрабатывать собственные методики оценки и модели управления ликвидностью, в том числе риском ликвидности.

ОСОБЕННОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА НА РЫНКЕ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Студ. Степанова А.Т., гр. ЭММ-114з
Научный руководитель: доц. Ильина С.И.
Кафедра Коммерции и сервиса

Для оптимальной реализации продукции и услуг организации необходимо постоянно проводить целый комплекс определенных действий, при этом достичь высокой результативности сбыта можно лишь тогда, когда в организации существует профессиональное управление системой сбыта. Организация системы сбыта – это неотъемлемая часть деятельности любой организации, именно тогда организация может быть коммерчески успешной. Отметим, что ассортимент фирмы, работающей на рынке модной индустрии, его формирование играет важную, а иногда и главную роль в деятельности многих организаций.

Процесс развития сбыта весьма важен для деятельности организаций, работающих на рынке модной индустрии и предоставляющих подобные услуги, ведь гармоничный ассортимент является важным конкурентным преимуществом организаций. Для эффективного управления ассортиментом необходимо на постоянной основе анализировать и оценивать все услуги, которые производятся или

реализуются организацией. Также следует постоянно анализировать запросы покупателей, учитывать, соответствует ли продуктовый ассортимент данным запросам и в случае необходимости принять решение о улучшении качества предоставляемых услуг.

Для эффективной деятельности организации ее менеджменту необходимо рассматривать рынок как систему, характеризующуюся сложными, но взаимосвязанными процессами. Исследование рынка предполагает проведение анализа методов сбыта услуг (каналов сбыта). При выборе каналов сбыта фирма решает, какие сегменты потребителей будут охвачены через определенные промежуточные ступени сбыта. Между потребителями и производителями всегда существует определенная дистанция. Именно с помощью сбыта как основной стадии между процессом производства и процессом потребления (использования), потребители имеют возможность получить в свое распоряжение необходимые им услуги высокого качества в назначенное время и в назначенном месте. Уровень удовлетворенности покупателей компании создается из совокупности показателей, при этом сотрудники должны принимать во внимание, как мотивы покупателей, так и степень их лояльности, обусловленную высоким уровнем доверия за счет осуществления эффективных коммуникаций, в процессе которых клиентами и сотрудниками организации соблюдаются правила, делающие данный процесс наиболее эффективным и оптимальным.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КАЧЕСТВА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Маг. Павлова Е.А., гр. ВМАГ-Э-218
Научный руководитель: доц. Ильина С.И.
Кафедра Коммерции и сервиса

Важнейшим показателем уровня организации кредитного процесса является качество кредитного портфеля.

Состояние кредитного портфеля предопределяет результаты кредитных операций банка, поэтому постоянный мониторинг позволяет выявить отклонения от заданного оптимального уровня и выработать в текущем или среднесрочном периоде времени меры по их предотвращению в будущем. Также результаты мониторинга указывают на недостатки кредитной политики и приводят к необходимости ее пересмотра.

Ключевым моментом в управлении кредитным портфелем банка является выбор критерия (или нескольких критериев) оценки качества каждого кредита, а также и всей их совокупности с учетом сроков

кредитования, сегментов заемщиков, наличия обеспечения кредитов и других факторов.

Оценка качества кредитного портфеля банка может производиться на основе расчета ряда относительных показателей и коэффициентов по определенным направлениям анализа.

Как показал проведенный анализ источников экономической литературы, качество кредитного портфеля – это свойство его структуры, которое обладает способностью обеспечивать максимальный уровень доходности при допустимом уровне кредитного риска и ликвидности баланса.

С целью исключения непредвиденных расходов и убытков коммерческих банков, а также их возможного банкротства возникает необходимость в изучении и внедрении на практике критериев оценки кредитного портфеля. Недостаточная или неправильная оценка ослабляет воздействие кредитов на улучшение качественных и количественных показателей функционирования коммерческих банков и банковской системы в целом.

Результаты анализа подтвердили необходимость уточнения и систематизации критериев оценки качества кредитного портфеля по ряду признаков с учетом возможности количественной оценки каждого из критериев.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Студ. Кица А.А., гр. ЭММ-114з

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

В условиях конкурентной среды предприятие является независимым производителем, экономическое пространство для которого практически неограниченно и зависит от умения работать безошибочно, ориентируясь на запросы конкретных потребителей, моментально адаптируясь к условиям изменяющейся экономической среды. Рынок характерен постоянным стремлением к повышению эффективности производства. На эффективность работы салона красоты оказывают влияние факторы, способствующие улучшению качества обслуживания: рациональное размещение предприятия; комплексность в обслуживании; сокращение затрат времени на исполнение услуги; внедрение современных коммуникативных технологий.

За счет расширения границ маркетинговых коммуникаций, их усложнение и ориентированность на целевые аудитории, в систему внутренних коммуникаций входят информационные, аналитические,

коммуникативные и организационные инструменты. Они напрямую влияют на эффективность работы предприятия. Инструменты внутренних коммуникаций следующие:

аналитические (анкетирование, обратная связь, мониторинг персонала и т.д.);

информационные (Интернет-сайты, корпоративный сайт, СМИ, стенды, сообщения и т.д.);

коммуникативные (корпоративные праздники, корпоративное обучение, тренинги, профессиональные конкурсы, соревнования и т.д.);

организационные (совещания, собрания, выступления руководства, разработка и внедрение корпоративных стандартов и т.п.).

На предприятии не прекращается поиск систем, которые решают оперативные задачи быстрее, используя возможности унифицированных коммуникаций: Microsoft Lync, оно объединяет IP-телефонию, обмен мгновенными сообщениями, аудио- и видеоконференц-связь, активно используется аудио-конференц-связь для совместной работы над документами. Материал могут одновременно просматривать и редактировать сразу несколько сотрудников: действия каждого из них видны всем участникам конференции, параллельно ведется обсуждение процесса. Организация бизнес-процессов – результат кропотливой работы и определенных инвестиций, однако все затраты окупаются, ведь оптимизация позволяет сотрудникам не тратить время на рутинные действия, а в полной мере реализовывать свой потенциал, сосредоточившись на решении важных задач.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Маг. Абдуллоев Ч.Ш., гр. ВМАГ-Э-218

Научный руководитель: доц. Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

В современных условиях кризиса, снижения инвестиционной активности и введения экономических санкций аспект устойчивости и надежности российских коммерческих банков приобретает особое значение. Устойчивость банков – это не только состояние финансовых ресурсов, их распределение и использование, которые обеспечивают развитие банков, но и стратегия развития кредитных учреждений. От того, как будут развиваться коммерческие банки, во многом зависит успешность проведения в России экономических реформ. Финансовая устойчивость – это такое состояние банка, при котором он в любой момент времени, обладая достаточной ликвидностью и необходимой достаточностью капитала, способен сохранять параметры своей деятельности (прибыль,

капитал); выполнять основные функции аккумуляции денежных средств клиентов; размещения их в кредиты и прочие активы; выполнять свои обязательства по расчету с ними.

Особенностями системы оценки финансовой устойчивости коммерческих банков являются:

1) ежемесячная периодичность проведения классификации коммерческих банков с учетом тенденций развития ситуации в них;

2) возможность незамедлительного ежемесячного изменения группы проблемности банка при получении надзорными органами существенной информации, достаточной для такого изменения. Такой подход позволяет более гибко подходить к проведению оценки с целью выявления наиболее существенных сторон деятельности коммерческого банка, а также повышает значимость профессионального суждения специалистов надзора;

3) ужесточение порядка представления информации о классификации банков;

4) значительным корректировкам подверглась методика и критерии классификации банков.

Устойчивым будет считаться такой банк, который при наступлении неблагоприятных событий не изменит основных параметров своей деятельности, и не приведет в дальнейшем к изменению целей клиентов банка по отношению к вложенным средствам и инвестициям.

Таким образом, финансовую устойчивость банка необходимо рассматривать, как с точки зрения самого коммерческого банка, его стратегических целей и задач, так и с позиций клиентов, которые не должны менять качества своих взаимоотношений с банком, несмотря на изменение условий его функционирования.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ БОРО ПЛЮС В РОССИИ

Студ. Кашьяп Н., гр. ЭЭ-117

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

На российском рынке функционируют крупные европейские и азиатские компании, причем приток азиатских компаний на российский рынок будет увеличиваться в связи с созданием Евразийского экономического союза.

Иностранные компании выходят на российский рынок по ряду причин, в числе которых можно назвать активизацию интеграционных процессов в условиях развития глобализации; поиск новых рынков сбыта, обеспечивающих повышение спроса на производимую продукцию и

снижение издержек производства в результате использования широкого потенциала квалифицированной рабочей силы на российском рынке труда; получение дополнительных выгод за счет использования эффекта масштаба и конкурентных преимуществ перед национальными компаниями и т.д. Определяя перспективы развития бизнеса и закрепляя свои позиции на внутреннем национальном рынке России, индийские компании в области продуктов для сферы здравоохранения главной своей задачей видят наращивание своей многонациональной гибкости и усиление конкурентоспособности.

Для индийских компаний выбор стратегий ведения бизнеса в России крайне важен, когда они вступают в конкурентную борьбу с национальными производителями на внутреннем рынке. В этом случае основной подход к выбору стратегии компании основывается на обеспечении низких затрат операционной деятельности. Кроме того, необходимы учет многонациональной конкуренции, существующих различий в экономике, политике и культурных условиях, приспособление продукции к местному спросу.

Основанная в 1974 году, компания «Эмами Лимитед» является ведущей индийской компанией в области продуктов для сферы здравоохранения и ухода за телом. Она постоянно расширяет свое присутствие на мировом рынке, в том числе и в России, и пополняет своё портфолио новыми брендами. Сейчас в портфеле компании такие бренды, как «БОРО ПЛЮС» (BoroPlus), «Навратна» (Navratna), «Фэар энд Хэндсом» (Fair and Handsome), «Занду Балм» (Zandu Balm), «Кеш Кинг» (Kesh King), «Ши Камфорт» (She Comfort), «Ментхо Плюс Балм» (Mentho Plus Balm) и «Фаст Релиф» (Fast Relief), всего более 250 наименований продуктов, основанных на аюрведических формулах. Фирма работает более чем в 60 странах мира, и, по данным статистики, каждую секунду в мире продается более 100 товаров производства компании «Эмами».

СПОСОБЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ В СФЕРЕ УСЛУГ

Студ. Алекперова Д.В., гр. ЭБ-17

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Каждое предприятие заинтересовано в получении высокой прибыли от произведенной продукции. Для решения этой проблемы необходимо, чтобы товар был востребован на конкурентном рынке, нужно уметь его продвигать, тем самым добиваться увеличения продаж.

Какие же существуют способы повышения продаж в сфере услуг? Можно выделить 5 способов увеличения продаж.

Первый способ – «впечатление». Удивляйте клиентов сюрпризами, и вы завоеуете лояльное отношение к своему бренду и получите огромное количество ценных благодарственных отзывов.

Второй способ – «дисконтная карта». Для увеличения выручки многие супермаркеты, рестораны, спортивные комплексы предлагают накопительные карты, при использовании которых можно будет впоследствии оплачивать 15-20% от суммы накопившимися баллами.

Третий способ – «формирование ценности». Чтобы продать продукт, нужно уметь сформировать его ценность для клиента. Расскажите покупателю про то, какую пользу будет приносить для него данный продукт. Для этого нужно проходить следующие этапы: характеристика – преимущество – выгода.

Четвертый способ – «движение вперед». Чтобы не стоять на месте, необходимо улучшать качество своей продукции, придумывать свои «изюминки» и делать что-то уникальное для того, чтобы обгонять своих конкурентов.

Пятый способ является самым важным – это «мотивация сотрудников». Именно мотивация в виде премий и различных форм вознаграждения, в большинстве случаев, является решающим фактором воздействия на персонал компании для качественного выполнения работы.

В заключение следует отметить, что от показателей продаж зависит финансовый успех компании, поэтому, используя данные способы увеличения продаж, организация сможет не только получить более высокую прибыль, но и добиться успеха и уважения среди своих партнеров и конкурентов.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ НОВОГО БРЕНДА

Студ. Чернаков В.Ю., гр. ЭМ-217

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Бренд – это ассоциация, представления, фантазии и даже эмоции которые возникают в голове потребителя при упоминании компании. Это всплывающая в голове абстракция, которая создаётся за счёт логотипа, цветов, слогана и прочего.

Брендинг – это работа над созданием и «раскруткой» бренда для правильного восприятия компании, повышения узнаваемости среди конкурентов, уменьшения просадки во время кризиса, роста числа лояльных покупателей и лояльности сотрудников.

Для того чтобы новому бренду уверенно зайти на рынок и закрепиться на нём, нужно проделать определённый ряд маркетинговых

исследований. К ним относятся изучение рынка, анализ конкурентов, опрос целевой аудитории, создание фокус-группы, опрос сотрудников.

Если понять, как работают другие компании, изучить их скрипты продаж, какие виды услуг у них самые востребованные, то на основе этого можно будет составить концепцию своего продукта, который будет отличаться своим качеством и способностью удивить клиентов. Результаты маркетинговых исследований покажут, насколько велики шансы новой компании, закрепиться в уже существующей нише.

Также для того, чтобы выделяться среди конкурентов, «новичку» нужно будет поработать над упаковкой, именем, слоганом, лицом бренда, которые будут вызывать эмоции у клиентов, и это будет способствовать развитию компании.

Очень важно создать свои ценности и указать основную миссию компании, это покажет, как она позиционирует себя, и какие слова полностью опишут её деятельности.

Также для увеличения узнаваемости компании, можно заключить контракт с «лицом» бренда, которое будет повышать лояльность фирмы, важно чтобы это была медийная личность с верной фан-базой.

При грамотном использовании перечисленных выше методов маркетинговых исследований можно создать конкурентоспособный бизнес со своим брендом, который будет отличаться от других своей уникальностью и свежестью на уже существующем рынке.

КОМАНДНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ НА ВЫСОКОКОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ

Студ. Петровская Е.Д., гр. ЭМ-217

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В настоящее время специалисты, будь то инженер, занятый в сфере НИОКР, менеджер, руководящий отделом либо предприниматель, сталкиваются со схожими проблемами. Это связано с рядом аспектов:

во-первых, общеизвестно, что бизнес вынужден производить не то, что он хотел бы выпускать, а то, что требует рынок. Поэтому сегодня столь популярна идея сквозного потока ценности, заложенная в ряд методик управления производством;

во-вторых, и предприниматели, и менеджеры, и специалисты работают в единой системе, развивающейся по одним и тем же законам. Конкурировать в современном мире становится все сложнее, так как у компаний давно не осталось серьезных конкурентных преимуществ, преимущества переместились на уровень нюансов, на видимом уровне все товары почти одинаковы;

в-третьих, нашему времени свойственна быстрая генерация новых знаний, причем скорость все более возрастает; постоянно растет скорость внедрения, и это – следствие действия конкуренции;

в-четвертых, быстрое распространение технологий производства и трансляция опыта, чему способствуют информационные технологии и свободный доступ к информации. Конкуренты очень быстро копируют достижения своих коллег.

Сегодня владеет миром не тот, кто владеет информацией, а тот, кто может быстрее других синтезировать новую информацию и получить новые знания, отличные от существующих, применительно к ситуации. Чтобы удержать лидерство, необходимо генерировать новые знания на постоянной основе, то есть сегодня речь идет о «массовом производстве идей». При этом конкурентная среда выдвигает свои требования – компании должны обеспечить быстрое реагирование на малейшие изменения в поведении покупателя, причем реагировать игрокам рынка необходимо с опережением конкурентов.

Простого объединения специалистов в команды недостаточно, даже в случае объединения специалистов на основе общей идеи и методологий.

При массовом производстве новых знаний требуется технология их генерации. Такая технология есть. Это ТРИЗ – теория решения изобретательских задач, разработанная Г.С. Альтшуллером и его последователями.

ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕГОВОРОВ

Студ. Коренкова Т.С., гр. ЭБ-17

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Умение проведения переговоров является одной из основных компетенций делового человека. Овладеть им можно только посредством освоения существующих правил и методик, и практического применения в реальных жизненных ситуациях. Известны четыре обязательных условия, которым должна соответствовать любая техника ведения переговоров.

Должны быть чётко определены стороны переговоров.

Должна быть согласована общая повестка переговоров.

Оппоненты должны быть согласны с тем, что переговоры являются основным средством урегулировать возникшую ситуацию.

Принятие решений не должно быть жёстко регламентировано.

Стоит заметить, что несоблюдение этих условий может являться серьёзным барьером для переговорного процесса, поэтому их следует преодолевать ещё в самом начале переговоров. Теперь о правилах эффективной техники ведения переговоров. По словам известного

британского дипломата и учёного Чарльза Элиота, в успехе процесса делового взаимодействия главное заключается в неподдельном внимании к говорящему. Однако есть всё-таки несколько правил, которые могут сделать любую переговорную технику успешной. Вот некоторые.

Вы должны установить с сотрудниками вашего оппонента (секретарь, представитель и т.д.) хорошие взаимоотношения.

Вы всегда должны быть пунктуальны, т.к. это охарактеризует вас, как надёжного человека.

Старайтесь минимизировать воздействие на переговоры любых сторонних факторов.

Внимательно и серьезно относитесь к переговорам.

Хорошим дополнением к любой выбранной вами стратегии и технике переговоров послужат следующие рекомендации. Практически всегда ваш оппонент по переговорам будет иметь над собой кого-то, кому он впоследствии передаст ваши предложения. Поэтому, старайтесь доносить свои мысли и аргументы доходчиво, приводите примеры и убедительные доказательства. Если оппонент выдвигает невыполнимые для вас требования, отклоняйте их, но не будьте высокомерны и уважайте его достоинство. Вы вполне можете сослаться на третье лицо (принципала) и указать на свои обязательства перед ним.

Путь наименьшего сопротивления – это путь провала. Не давайте таких обещаний, которые не в силах будете выполнить. Вашими козырями должны быть точность и правдивость.

РОЛЬ КОНСАЛТИНГА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОМПАНИЕЙ

Маг. Луговая М.В., гр. ВМАГ-ТВ-48

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

На сегодняшний день экономическое развитие нашей страны невозможно без модернизации производства и инвестиций. Реализация этих проектов требует высокой квалификации и экспертных знаний исполнителей. С учетом дефицита времени и, в большинстве случаев, недостаточной готовности руководящего состава организаций и предприятий к работе в жестких рыночных условиях возникает потребность в консалтинговых услугах. Как показывает практика, те компании, которые изначально игнорируют услуги консультантов, прибегают к их помощи уже с наступлением ситуации кризиса. В противоположность им, те фирмы, которые действительно понимают значение консалтинга и обращаются за необходимой помощью,

демонстрируют стабильное развитие и, как следствие, повышение показателей прибыли и рентабельности. Деятельность любой компании по определению циклична и каждый цикл завершается определенным результатом. Для этого требуется выполнять определенные ключевые функции управления: осуществлять планирование, т.е. постановку цели, ее достижение через мотивацию персонала компании, а также выполнять контроль и в случае отклонения от запланированной цели принимать корректирующие меры. Процесс управления компанией представляет собой замкнутый цикл «предвидение (планирование) – организация (распорядительство и координирование) – мотивация (лидерство) – контроль». Данная модель справедлива не только для управления всей компанией, но и для ее отдельных компонентов или функций (планирования, учёта, контроля и анализа, корректирующего воздействия), реализуемых конкретными типами операций (бизнес-процессами).

Целью данного исследования является достижение максимальной эффективности деятельности компании при заданных ограничениях за счет применения консалтинговых услуг. В данном случае задача консалтинга заключается в том, чтобы найти такие способы управляющего воздействия, которые позволят обеспечить достижение поставленной цели.

Подводя итог, можно отметить, что роль консалтинга является весьма значимой для компаний, так как позволяет провести анализ использования научно-технических и организационно-экономических инноваций и выявить потенциальные перспективы развития, помогает правильно сформировать модель управления, что в результате будет способствовать повышению эффективности работы компании за счет планирования, учета, контроля, анализа и корректирующего воздействия.

ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Студ. Гашимова А.Т., гр. ЭЭ-117

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

С середины 70-х годов XX в. одной из важных составляющих стратегического планирования стал репутационный менеджмент.

В нашем мире репутация – это то явление, которым можно управлять. Понятия «репутация» и «имидж» являются базовыми понятиями репутационного менеджмента. Из этих двух понятий репутация является более долгосрочной и более важным направлением в отличие от имиджа.

В репутационном менеджменте отмечены три направления: формирование репутации; поддержание репутации; защитная репутация.

Возможность влиять на свою репутацию через повышение ключевых показателей эффективности деятельности называется профилированием репутации. Важнейшим аспектом профилирования являются грамотные и продуктивные коммуникации с целевой аудиторией. Комплекс этих действий называется репутационным менеджментом (РМ). С развитием СМИ и Интернета огромную роль в создании репутации играет целевая аудитория, которая предпочитает пользоваться определенными товарами или услугами конкретной фирмы. Именно поэтому работа PR-служб начинается с определения каналов связи между фирмой и ее целевой аудиторией. Корпоративная репутация имеет способность капитализоваться, в результате чего образуется репутационный капитал компании (РК). Хорошая корпоративная репутация способствует решению следующих очень важных бизнес-задач:

- увеличение прибыльности, капитализации, максимизация cash flow;
- повышение качества работы персонала;
- оптимизация коммуникационного бюджета (повышение эффективности PR-отдела и сокращение издержек);
- планирование своего будущего – управление успехом.

Результаты эффективного репутационного менеджмента выражаются в повышении инвестиционной привлекательности бизнеса; получении кредитов на выгодных условиях; увеличении рыночной стоимости компании; увеличении периода получения максимального дохода; получении более высокой прибыли по сравнению с конкурентами; продаже продуктов и услуг компании по максимальным ценам; росте нематериальной ценности продуктов и услуг компании; выборе потребителями товаров и услуг компании из большого количества аналогичных товаров и услуг, присутствующих на рынке; эффективном продвижении новых товаров и услуг компании.

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ

Студ. Одекова А.Б., гр. ЭЭ-117

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Из-за стремительно развивающихся торговых потоков в современном мире производителям приходится расширять пути сбыта своей продукции. Благодаря развитию технологической сферы крайне актуальным в последнее время становится применение направлений технологий интернет-маркетинга при продажах.

Технологии не стоят на месте, и в этом заключается как их плюс, так и минус. Но если мы взглянем в будущее цифрового маркетинга, мы

увидим, что новые веяния в этой области не только упростят работу с инструментами, но и принесут компаниям значительную выгоду.

Развитие электронной коммерции и увеличение ее объемов сопровождается рядом положительных эффектов для мировой и российской экономики. Это результаты расширения электронной коммерции: прежде всего, сокращение транзакционных издержек, упрощение процедур торговли, расширение возможностей для притока инвестиций, расширение географии и доступности для участия в бизнесе, повышение конкуренции.

Целью работы является исследование основных тенденций развития Интернет-торговли в Российской Федерации, анализ функционирования электронной коммерции в РФ с учётом зарубежного опыта. Объектом исследования выступает электронная торговля в Российской Федерации. Предмет исследования – закономерности, тенденции и показатели эффективности торговли интернет-магазинов.

АНАЛОГ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ В РЕАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Студ. Кристиогло В.М., гр. ЭМ-217

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Точка безубыточности – это объем продукции фирмы или компании, находящихся на конкурентном рынке, при котором общая сумма издержек и общая сумма выручки равны. Это один из немногих показателей, который рассчитывает каждая компания при подготовке бизнес-плана на предстоящий год.

В бизнесе нельзя получить прибыль только в том секторе, который определяется точкой безубыточности. Реальное положение дел определяет диапазон безубыточности, или как его еще называют – «петля убытков».

Для того чтобы компании держались на уровне безубыточности, они должны пройти через четыре фазы.

Фаза 1 – получение прибыли. В данной фазе компания занимается текущей операционной деятельностью (производством, сбытом, логистикой) и достигает хорошей прибыли. Задача менеджмента к компании в данной фазе – удержать затраты компании на уровне.

Фаза 2 – повышение расходов. Прибыль, получаемая компанией в фазе 1, заставляет руководство задуматься о расширении бизнеса.

Фаза 3 – зона операционного убытка. В данной фазе прекращается финансирование маркетинговых программ вместо того, чтобы пересмотреть маркетинговую стратегию и определить наиболее эффективные маркетинговые шаги.

Фаза 4 – фаза сберегательного импульса. В данной фазе начинает ощущаться положительный эффект от всех мероприятий, реализованных в фазах 2 и 3.

Каждая компания имеет свою вторую точку безубыточности, и диапазон безубыточности может быть разным в зависимости от отрасли экономики, в которой работает компания. Знание своего диапазона безубыточности помогает правильно спланировать развитие бизнеса.

Один из ключевых аналитических инструментов, который позволяет определить диапазон безубыточности, является анализ чувствительности экономических параметров к изменениям факторов внешней и внутренней среды

В современном бизнесе нет ничего, что было бы постоянным. Рассчитанная в бизнес-плане точка безубыточности останется на бумаге, а в реальности компания будет иметь дело с диапазоном безубыточности. Ширина этого диапазона во многом зависит от управленческого таланта менеджмента компании.

ПОНЯТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ФИТНЕС-УСЛУГ

Маг. Рыжкова К.В., гр. МАГ-СР-118

Научные руководители: проф. Кирсанова Е.А., проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Актуальной проблемой развития рынка фитнес-услуг является стремительный рост конкурентной среды, а также отсутствие выделения крупных бюджетов на продвижение предприятий сферы сервиса. Для решения этой проблемы организации прибегают к поиску эффективных и экономичных способов завоевания и удержания аудитории путем внедрения новых инновационных технологий.

На сегодняшний день в сфере услуг, связанных с оздоровительной физической культурой, разрабатывается большое число инновационных технологий, методик и оздоровительных программ. Это предопределило появление в теории и практике физической культуры новых терминов: «инновационные технологии», «фитнес-технологии» и др.

Термин «технология» в обобщенном смысле может рассматриваться как система способов, приемов, шагов, последовательность выполнения которых обеспечивает решение поставленных задач.

Большая часть появляющихся настоящее время оздоровительных технологий связана с развитием в России фитнес-индустрии. Именно благодаря развитию фитнеса появился один из наиболее популярных терминов в физической культуре – фитнес-технологии.

Фитнес-технологии – это, прежде всего, технологии, обеспечивающие результативность в занятиях спортом. Запуск высокотехнологичных фитнес-клубов – общий тренд и для мира, и для России. Более точно их можно определить, как совокупность научных способов, шагов, приёмов, сформированных в определённый алгоритм действий, реализуемый определённым образом в интересах повышения эффективности оздоровительного процесса, обеспечивающий гарантированное достижение результата, на основе свободного мотивированного выбора занятий физическими упражнениями с использованием инновационных средств, методов, организационных форм занятий фитнеса, современного инвентаря и оборудования. Однако следует отметить, что через пять лет после запуска фитнес-клубы требуют капитального ремонта и полной замены тренажеров, поэтому максимум через два с половиной года этот бизнес должен окупиться.

Таким образом, необходима разработка инновационных бизнес-процессов оказания высокотехнологичных спортивно-оздоровительных услуг, обеспечивающих как доступность для широких слоев населения так и доходность для предприятия.

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ПО ОКАЗАНИЮ РИТУАЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ

Маг. Витушинская В.В., гр. МАГ-СР-118

Научные руководители: проф. Кирсанова Е.А., проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Актуальность этой темы связана с тем, что каждый житель большого города, имеющий домашнее животное, рано или поздно сталкивается с проблемой захоронения своего питомца. В больших городах количество домашних животных довольно высокое. Например, в Москве 200 тысяч породистых зарегистрированных собак, а кошек – более одного миллиона. Дворняжек или нечистокровных животных еще больше. Приблизительно 15-20% из них ежегодно умирают. По закону РФ умершее животное нельзя хоронить в землю, так как трупы животных являются биологическими отходами. Порядок сбора, утилизации и уничтожения биологических отходов регламентируется Ветеринарно-санитарными правилами сбора, утилизации и уничтожения биологических отходов, утвержденными Главным государственным ветеринарным инспектором РФ от 04.12.1995.

На крематории для животных, как и на любые организации, распространяются требования пожарной охраны, Роспотребнадзора, и т.д. «Цивилизованная» кремация животных (ветеринарная услуга) бывает двух видов: общая и индивидуальная. Однако, на данный момент в нашей

стране услуга недостаточно развита или проводится с нарушениями закона РФ, причем в каждом городе есть собственный пакет документов о ритуальном бизнесе. Основными преимуществами кремации животных служат следующие: у хозяина домашнего любимца не возникнет проблем с похоронами; стоимость данной услуги доступная и к ней может прибегнуть каждый владелец; у любого человека появляется возможность сохранить память о друзьях наших меньших. Индивидуальная кремация животных позволяет сохранить их прах в погребальной урне, которую в дальнейшем можно захоронить или развеять его в каком-либо месте.

Правильно созданный крематорий для животных окупается примерно за 4-5 лет, но при условии грамотного подхода к построению бизнеса, поэтому необходим инновационный подход к разработке всех сопутствующих видов услуг, включающий не только разработку основных бизнес-процессов работы крематория, но и рекламно-информационную, а также сопутствующие виды услуг.

Эти методы необходимо применять для оценки и улучшения качества услуг в организациях сферы обслуживания.

ПОРТРЕТ ИДЕАЛЬНОГО СОТРУДНИКА СФЕРЫ УСЛУГ

Маг. Мельников Н.А., гр. МАГ-СР-118

Научный руководитель: проф. Кирсанова Е.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Сфера услуг является неотъемлемой частью жизни каждого человека, однако существенная проблема заключается в нехватке квалифицированного персонала, сотрудников работников. Существенной проблемой сферы сервиса во всём мире являются потери в качестве предоставления услуг, что связано с низкой квалификацией работников, а эксперты подсчитали, что затраты на замену сотрудника обойдутся в 30-50% от фонда заработной платы. В затраты входят: приём на работу, обучение персонала, повышение производительности труда. На основе анализа более чем 1000000 российских вакансий за 2014 год компанией Head Hunter определены самые востребованные личные качества сотрудника, такие как коммуникабельность, мобильность, стрессоустойчивость, внимательность, исполнительность и аккуратность. Также были выделены и самые редкие личные характеристики: галантность, великодушие, хладнокровность, скептицизм. Учитывая эти данные, можно сделать вывод, что каждый работодатель задается вопросом не только о стимулировании и мотивации персонала, но и о том, как подобрать «качественного сотрудника». Сотрудника, который будет отличаться не только знаниями в определенной профессиональной

области, но и будет обладать необходимым набором личностных качеств и психологической устойчивостью.

В зависимости от того, какого класса предприятие обслуживания, требования к персоналу будут существенно отличаться, так для класса люкс, обслуживание должно складываться из индивидуальных потребностей клиента, так как покупатели более чувствительны и требовательны к сервису, должна присутствовать определенная аура от работника сферы услуг, которую должен он уметь создавать.

Однако, прием сотрудник сферы обслуживания, в основном осуществляется по профессиональным критериям, так как имеются уже наработанные метрики их оценки. Однако до настоящего времени недостаточно разработаны механизмы оценивания индивидуальных показателей, востребованных в сфере обслуживания. Учитывая вышеизложенные показатели личностных качеств сферы сервиса, можно сделать вывод, что наличие общей системы оценивания, общего стандарта на персонал, значительно упростило бы приём на работу новых сотрудников, снизило текучесть кадров.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ В СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Кузнецова А.В., гр. МАГ-СР-118

Научный руководитель: проф. Кирсанова Е.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Проблема оценки качества услуг в организациях сферы сервиса связана с рядом задач, в том числе в установлении отдельных наборов показателей качества обслуживания, отвечающих конкретному характеру их оказания, определения приоритетности этих показателей, а также разработки методических материалов по проведению оценочной экспертизы.

Стандарт ISO 9000 предлагает универсальную трактовку качества, которая может быть применима к любым объектам. В то же время эти объекты (например, продукция или услуга) могут значительно отличаться друг от друга, как по своим основным свойствам, так и по характеру восприятия данных свойств потребителями и другими заинтересованными группами. Эти особенности определяют различия в формировании показателей качества и его управления в зависимости от типа объекта – имеем ли мы дело с продукцией или услугой.

Система качества охватывает все жизненные циклы продукции (услуги), которые в своей совокупности образуют «петлю качества» от разработки до утилизации.

С помощью «петли качества» осуществляется взаимосвязь между организацией обслуживания и потребителем, а также со всеми объектами, обеспечивающими решение задач управления качеством обслуживания.

В условиях рыночной конкуренции большое значение уделяется качеству обслуживания клиентов, так как от него зависит эффективная деятельность организации, основным показателем которой является размер прибыли. Оценить качество услуг непросто в силу их специфичности. Тем не менее, существуют различные методы и показатели оценки качества услуг, сфокусированные на потребителе. К настоящему времени разработано множество методов оценки качества сервиса, но среди них можно выделить три основных, отличающихся концептуально и методологически друг от друга: метод критических случаев, метод SERQUAL, метод Кано.

Выделенные методы, основаны на атрибутах сервиса, описывающие характеристики и свойства процесса обслуживания потребителей, и использующие их количественную оценку потребителями, а в методе SERQUAL использованы качественные характеристики, основанные на оценке критических происшествий (случаев), что позволяет более детально проанализировать процессы оказания услуги.

Эти методы необходимо применять для оценки и улучшения качества услуг в организациях сферы обслуживания.

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ XYZ-АНАЛИЗА

Маг. Петросян Г.М., гр. ВМАГ-М-417

Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

В отличие от ABC-анализа XYZ-анализ разделяет весь ассортимент на группы, отличающиеся по предсказуемости спроса на товар, показывает равномерность спроса на продукцию, когда ABC-анализ позволяет понять, какой товар принесет больше всего выручки (или лучше продается).

Качественный XYZ-анализ состоит из нескольких важных этапов: выбор объекта (например, кондитерские изделия); выбор параметра (количество проданных за месяц единиц продукции); выбор периода (чем больше период, тем более точными окажутся результаты анализа, лучше всего год).

Для того, чтобы провести XYZ-анализ, необходимо составить полный список товаров, подлежащих реализации, а также выяснить объемы их продаж. Затем эти данные необходимо занести в таблицу, и с помощью Microsoft Office Excel для каждого из товаров найти коэффициент вариации, то есть найти величину, которая покажет, насколько ежемесячные продажи той или иной продукции отличаются от

ее среднестатистических продаж за весь исследуемый период. В категорию X попадают товары с самым маленьким коэффициентом вариации, спрос на которые со временем не меняется, либо меняется незначительно.

В категорию Y попадают товары, потребление которых со временем меняется, но не критически. Стоит проанализировать эти товары – возможно, они подчиняются сезонным колебаниям.

К категории Z – относят товары, спрос на которые самый непредсказуемый. Товары из категории Z не поддаются прогнозированию, поэтому лучше всего не закупать большое количество товара «впрок» и не держать его на складе, а предусмотреть завоз такой продукции «под заказ» или по мере появления спроса. С такими товарами сложно иметь дело, а от некоторых из них можно благоразумно отказаться. Выполнив XYZ-анализ, мы поймем, на какие виды продукции спрос стабильный, а на какие – непредвиденный.

Однако для более точной картины необходимо использовать общую таблицу для ABC-XYZ-анализа, которая поможет выявить самые востребованные и самые неликвидные товары. Для этого список исследуемых товаров следует разделить по девяти ячейкам в зависимости от их вклада в общую выручку (ABC-анализ) и прогнозируемости сбыта (XYZ-анализ).

АНАЛИЗ АКТУАЛЬНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ ЭКСПЕРТНО-КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ УСЛУГ

Маг. Лобачев В.О., гр. ВМАГ-ТВ-418

Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

На сегодняшний день сложно представить работу государственных организаций без взаимодействия с коммерческими организациями. Данные взаимодействия регулируются Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ. Для упрощения данного взаимодействия предлагается внедрение в коммерческую организацию экспертно-консультационных услуг, которые полностью упростят весь процесс.

Коммерческие организации и индивидуальные предприниматели заинтересованы в участии в государственных закупках. А также нуждаются в оказании экспертно-консультационных услугах так как должны соблюсти достаточно много требований для того, чтобы выступить в роли поставщика по государственному контракту. Но из-за несоответствия поставленного товара или оказанных услуг требованиям государственного контракта коммерческие организации и индивидуальные предприниматели могут потерять деньги и время.

Для минимизации рисков поставки товара или оказанных услуг, не соответствующих требованиям государственного контракта, разрабатывается комплекс услуг, направленный на консультацию перед подачей заявки на поставку, а также экспертизу товаров на соответствие условиям государственного контракта.

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ОТКРЫТИЮ КВЕСТ-СТУДИИ В г. РЯЗАНИ

Маг. Ястребова Д.О., гр. МАГ-СР-118
Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю
Кафедра Коммерции и сервиса

Индустрия развлечений в последние годы сделала огромный прорыв. Оказывается, взрослые любят игры не меньше детей и готовы платить за незабываемые эмоции. Теперь можно стать шпионом, детективом, последним выжившим человеком на Земле, разгадывая сложные головоломки и тайны. Все это осуществимо в квест-комнатах, которые стирают грань между реальностью и воображением.

Как бизнес, квесты выглядят не менее интересно – высокая прибыльность, рентабельность проекта, отличные перспективы развития и возможность заниматься действительно интересным делом.

В работе будут использоваться такие методы исследования, как изучение и обобщение отечественной практики, а также экспериментальный метод.

Научная новизна исследования состоит в изучении и раскрытии теоретических и методических положений по формированию и внедрению системы бизнес-планирования в инновационной деятельности.

Практическая значимость данного проекта заключается в том, что полученные результаты и разработанные предложения могут быть применены на практике для создания нового предприятия малого бизнеса аналогичного профиля.

ТОВАРНЫЙ КОНСАЛТИНГ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ НА ПРИМЕРЕ АО ТД «ПЕРЕКРЕСТОК»

Маг. Пещерская Ю.Л., гр. ВМАГ-ТВ-418
Научный руководитель: проф. Мишаков В.Ю.
Кафедра Коммерции и сервиса

Динамичное изменение в экономической сфере оказывает непосредственное влияние на функционирование многих субъектов и

вызывает потребность в разработке новых приемов и способов их применения. В большинстве случаев для этого не хватает внутренних ресурсов, управленческие решения принимаются на подсознательном уровне. Всё это является поводом обратиться за помощью к консультантам или компаниям, которые специализируются на предоставлении консалтинговых услуг.

Заинтересованность компаний или потребителя в обращении к консультантам обусловлена многими факторами современного рынка, среди которых:

1. Уровень соответствия продуктов питания обязательным требованиям часто вызывает вопросы у потребителя, так как все еще существуют фальсифицированные и контрафактные продукты;

2. Проблема доступности специального питания, к которому можно отнести безлактозную молочную продукцию, а также продукты, несодержащие в составе глютен.

Основной причиной данных вопросов является недостаточная информированность обеих сторон (в том числе потребителя) о современных подходах в формировании ассортимента, а также качества продовольственных товаров. Товарный консалтинг представит собой связующее звено, в обязанности которого войдут проведение экспертиз, анализ качества продуктов, а также разработка стратегии для улучшения показателей и повышения конкурентоспособности компании.

ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС УНИВЕРСИТЕТА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ И СОЦИАЛИЗАЦИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Студ. Федорук С.Ю., гр. ЭС-117

Научный руководитель: ст. преп. Ордынец А.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Основной задачей любого классического университета является подготовка высококвалифицированных специалистов. Но если мы говорим о полноценном всестороннем развитии будущего специалиста, то невозможно не учитывать формирование личности: нравственные стандарты студента, этические принципы поведения, которые дает ему среда университета, взаимоотношения и определенные традиции. Университет – это всегда особый дух: почитание преподавателей, соблюдение культа учения, следование высоким моральным принципам. Именно все вышперечисленное составляет систему университетской этики, которая является нравственной основой, и без нее образование, как и наука, теряет свою ценность. Можно смело рассматривать университет, как государство в государстве, которое, безусловно, предусматривает все

те же черты, которые присущи обществу. В такой реальности возникает вполне оправданный вопрос: возможно ли в Российском университете создать атмосферу, которая способствовала бы соблюдению важных нравственных норм? Нет однозначного ответа, многое здесь зависит от мотивации субъектов университетского пространства в самореализации. Процесс не может быть эффективным, если он не опирается на нравственные стандарты. Для повышения общекультурного уровня студентов, сохранения нравственно-этического начала в образовании, повышения корпоративной культуры в высших учебных заведениях необходимо наличие кодекса, назовем его «Этический кодекс вуза». Этика в образовании – вопрос достаточно неоднозначный: она может трактоваться нами, как определенные ценности, которые лежат в самой основе программы обучения, но при этом невозможно не говорить об образовательной деятельности в целом, которую ведет данное учебное заведение. Профессиональная этика преподавателя рассматривается в широком контексте социальной и гуманитарной миссии образовательной политики, функционирования учебных заведений и управления ими. Очевидно, что при создании этического кодекса вуза нельзя не принимать во внимание как социальные, так и нравственные ориентиры всех участников образовательного процесса (научно-педагогических работников, студентов, представителей администрации и др.), и состояние общественной нравственности в целом.

СОЗДАНИЕ СОВРЕМЕННОГО КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В УНИВЕРСИТЕТЕ

Студ. Андрианова Ю.В., гр. ЭС-117

Научный руководитель: ст. преп. Ордынец А.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Учитывая характер образовательной среды и формирующийся определенным образом тип мировоззрения, крайне сложно говорить об эффективности разработки этического кодекса без определения и разделения университетского пространства на определенные зоны взаимодействия.

Первой зоной взаимодействия мы определим пространство студент-университет. Здесь мы должны говорить о дресс-коде, речевом этикете, отношении к имуществу университета, правилах внутреннего распорядка. Второй зоной выступает пространство студент-образовательный процесс. В ней определено отношение студента к своим обязанностям. Третья зона – преподаватель-образовательный процесс – регулирует отношение преподавателя к своим должностным обязанностям, этические аспекты профессиональной деятельности. В четвертой зоне, определенной нами как

студент-студент, необходимо рассматривать два аспекта: образовательный процесс как этику совместной деятельности, взаимопомощи и внеучебную деятельность, выраженную в студенческих мероприятиях на территории университета, предназначенной для спорта, творчества, питания, общежития. Зона пятая преподаватель-студент, в ней определен ряд проблемных аспектов: образовательный процесс с точки зрения предвзятости, необъективности в учебном процессе, непрофессионализм, необязательность, незащищенность студента. Невозможно не упоминать об отношении внутри коллектива, именно поэтому в своем кодексе мы определяем шестую зону преподаватель-преподаватель. Одним из проблемных вопросов в этой зоне является профессиональная этика взаимоотношений коллег. Мы определяем еще две зоны социального взаимодействия: студент-администрация и преподаватель-администрация. В этих плоскостях необходимо рассматривать принципы построения взаимоотношений, этические аспекты решения вопросов социальной защиты, реакция администрации на обращения студентов и преподавателей.

Таким образом, если придать этической системе вуза завершенность в виде этического кодекса, то сформируется особая атмосфера сильной внутренней корпоративной идентичности. Мало запустить механизм действия кодекса, необходимо постоянно фокусировать свое внимание на этой этической проблеме. И только в этом случае он будет являться механизмом формирования нравственных стандартов.

ИССЛЕДОВАНИЕ КЛАССИФИКАЦИИ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Студ. Завьялова Д.С., гр.ЭС-116

Научный руководитель: доц. Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Актуальность классификации средств размещения в гостиничном бизнесе обусловлена постоянным и растущим спросом на туристические услуги, особенно в настоящее время, когда путешествие себе может позволить практически каждый. Соответственно, сама культура гостиничного бизнеса растет, поскольку за последние десятилетия увеличилось количество международных и межнациональных конференций, съездов, а также увеличилась мобильность населения. Конкуренция в этой сфере возросла в несколько раз, поскольку люди стали все больше задумываться о качестве оказываемых услуг.

Система классификации средств размещения в разных странах может различаться. Во всем мире самой популярной классификацией является

звездность отелей, но в Великобритании, например, вместо них используют короны или ключи, а в Индии принята балльная система.

Для отнесения отеля к определенной категории принимаются во внимание многие факторы, но чаще всего к ним относятся: состояние номерного фонда, качество и количество предлагаемых услуг, в том числе дополнительных, качество питания, состояние здания и прилегающих территорий, дизайн помещения и географическое положение, количество и уровень обслуживающего персонала.

В результате, проведенных исследований можно сделать вывод о необходимости существования единой классификации гостиниц, поскольку она позволяет избежать последствий приостановления деятельности и использовать на законном основании знак категории; увеличить загрузку отеля; привлечение новых клиентов; повышение конкурентоспособности гостиницы и улучшение предоставляемого сервиса.

Представители органов государственной власти, государственных корпораций, организаций бюджетной сферы выбирают гостиницы с классификацией по государственной системе.

Для средств размещения, прошедших классификацию, органами власти предусмотрена дополнительная маркетинговая поддержка на некоммерческой основе.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

Студ. Смирнова Л.Г., гр.ЭС-116

Научный руководитель: доц. Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Все предприниматели предпочитают выбирать наиболее безопасный и выгодный вариант вложения денег. При этом предпочтение отдается такому проекту, который обеспечит получение максимальной прибыли с минимальными финансовыми рисками.

Именно по этой причине, предприниматели предпочитают выбирать франчайзинг. Франчайзинг – это система экономических отношений между независимыми предприятиями, при которой одна сторона передает другой право использовать на определенных условиях и за определенное вознаграждение комплекс принадлежащих ей исключительных прав, таких как фирменное наименование, коммерческое обозначение, товарный знак, технологии, систему ведения бизнеса и т.д.

Проведенные исследования рынка франшиз в России показали его стабильное развитие. Анализ рынка позволил сделать вывод о том, что с 2013 по 2015 года увеличение количества франчайзеров произошло на

7,14%, а за период с 2015 по 2017 года произошло увеличение только на 4,8%.

Известно, что гостиничный бизнес – один из наиболее быстро развивающихся видов деятельности. Он позволяет быстро добиться успеха, а также реализовать свой потенциал. В данном случае франчайзинг выступает как менее рискованный метод завоевания рынков и установления присутствия в некоторых странах, где материнская компания относительно менее известна. Таким образом, его можно рассматривать как часть стратегии глобальной экспансии гостиничных компаний.

Многие мировые лидеры гостиничного бизнеса, особенно американские, рассматривают рынки Европы и России, как основные направления расширения бизнеса.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о гостиничный бизнес является перспективным видом деятельности, а присоединение к франшизе является гарантией финансового успеха.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Студ. Осипова М.Л., гр.ЭС-116

Научный руководитель: доц. Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

В современном мире понятие менеджмент означает совокупность принципов, методов, средств и форм управления направленных на рациональное использование всех ресурсов предприятия во имя достижения поставленных целей.

Тема исследования является актуальной поскольку использование функций менеджмента позволяет организовать деятельность предприятия таким образом, чтобы поддерживать высокий уровень его конкурентоспособности на рынке услуг и одновременно удовлетворять все потребности клиентов.

В настоящее время нет единого представления о функциях менеджмента. Не существует и нормативного перечня функций. В работе были рассмотрены функции менеджмента с точки зрения различных авторов.

В результате проведенного исследования установлено, что к основным функциям менеджмента относятся планирование, организация, мотивация, контроль, а объединяющим звеном всех функций является координация.

Рассмотренные функции менеджмента направлены на факторы, оказывающие влияние на процесс производства и продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю.

В настоящее время существует сервисный менеджмент. Его исследованиями занимались такие ученые как К. Альбрехт, Б. Черышев и др. По их мнению, качество сервиса, воспринимаемое клиентом, является главной движущей силой предприятия и представляет собой философию управления.

К основным функциям сервисного менеджмента относятся выработка и принятие решений в соответствии с целями предприятия (планирование); обеспечение координации действий на предприятии (координация); управление качеством как системным фактором (контроль); управление поведением клиента и факторами влияния на рынок; развитие персонала как основного инструмента ориентации на потребителя и ключевой предпосылки успеха.

Таким образом, проведенное исследование показало необходимость уделять внимание функциям, направленным на удовлетворение потребностей клиента.

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОТЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Студ. Герашенко Е.А., гр.ЭС-116

Научный руководитель: доц. Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Предоставление гостиничных услуг в настоящее время является одним из наиболее динамично развивающихся видов деятельности, за счет которого формируется значительная часть доходов регионов и отдельных государств.

Современный отельный бизнес предлагает потребителям не только проживание и питание, но и огромное количество дополнительных услуг. Такое разнообразие диктуется высокой степенью конкуренции в сфере гостиничного бизнеса. Исходя из этого гостиницы активно используют различные инструменты маркетинга. В основу современной концепции маркетинга положены идеи удовлетворения потребностей клиента.

Исходя из общественной значимости маркетинга в деятельности гостиниц, основными целями маркетинга являются следующие: увеличить уровень потребления услуг до максимально возможного; повысить степень удовлетворения клиентов; максимально повысить количество потребителей; предоставить наилучшее качество услуг.

Гостиничный маркетинг включает в себя огромное количество задач, которые формируют единую маркетинговую стратегию организации. Маркетинг в отельном бизнесе призван выявить потребности клиентов, создать привлекательные туристские и гостиничные услуги, ознакомить потенциальных клиентов с доступными для них туристскими продуктами,

проинструктировать их о месте, где эти услуги можно приобрести. Таким образом, практическое назначение маркетинга: исследовать рынок, спланировать услугу, рекламировать и продвигать ее, указать каналы сбыта. Только после такой активной маркетинговой деятельности гостиницы могут рассчитывать на получение прибыли, т.е. достижение своей цели.

В сфере отельного бизнеса большая часть услуг предоставляется людьми, поэтому чрезвычайно важен человеческий фактор и эффективный менеджмент персонала, при котором особое внимание уделяется отбору, обучению и мотивации. Все работающие в гостиничном бизнесе, прежде всего, должны уметь обращаться с людьми и работать в команде.

Если маркетинг гостиницы проводится профессионально, то его имидж и позиция по отношению к конкурентам становятся настолько явными, а специфика услуг – настолько узнаваемой, что клиент воспринимает логотип или торговую марку гостиницы как гарантию определенного уровня качества. Поэтому маркетинг является одним из самых важных частей процветания гостиничного бизнеса.

УПРАВЛЕНИЕ РЕГЛАМЕНТАМИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

Студ. Косенкова М.Д., Плохоцкая П.В., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

В работе освещены нюансы, связанные с регламентами бизнес-процессов в сфере услуг и обоснована необходимость таковых в современном мире.

Описано понятие, структура и содержание регламента, его цели в организации. Бизнес-процессы организации сферы услуг описываются и регламентируются для анализа проблемы, стандартизации деятельности, обеспечения четкой повторяемости процессов, накопления знаний. Регламент имеет множество плюсов, но и отрицательные моменты также присутствуют: составление регламента для каждого бизнес-процесса требует больших вложений, любой процесс всегда развивается, поэтому необходимо следить за изменениями и постоянно обновлять его содержание.

Разработана и представлена схема бизнес-процесса со строгим порядком действий при выполнении того или иного процесса. На ней четко видно, с чего начинается каждый этап, чем он заканчивается и кому передается эстафета в работе над процессом.

Нами рассмотрен бизнес-процесс оказания услуг. Услуги не являются объектом обязательного нормирования, но объектом для

применения внутреннего регламента они являются. В этом случае требования устанавливаются не к услуге вообще, а к технологии (процессу) ее оказания.

Также описаны условия регламентации бизнес-процессов. Успешная разработка и практическое использование регламентов зависит от стабильности бизнес-процесса. Для начала, при недостатках в управлении, нужно их устранить, а только потом браться за разработку регламентов.

В результате можно отметить: оказание качественных услуг влияет на уровень удовлетворенности клиента. И повышение качества их оказания ведет к большей лояльности клиентов, сотрудников, а также росту рыночной доли, доходов инвесторов, снижению расходов и чувствительности к ценовой конкуренции. Даже одного из этих результатов достаточно для стремления к эталону и непрерывному совершенствованию. При работе над качеством оказания услуг, необходимо выделять важные для клиента характеристики. Однако регламентировать процессы оказания услуг очень трудно, но создание схемы бизнес-процесса и его примерной модели облегчает работу сотрудникам. Это наглядное изображение позволяет даже новому работнику оперативно включиться в выполнение своей операции и знать необходимые действия в любой рабочей ситуации.

Таким образом, регламентирование бизнес-процессов – это неотъемлемая часть обеспечения современного рынка как товарами, так и услугами.

КОДЕКС ЧЕСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК РЕГЛАМЕНТ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Студ. Раковец В.В., Кабанова А.В., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Разработка кодекса чести является очень важным этапом для любой фирмы, которая претендует на высокую репутацию на рынке. Кодекс чести содержит ресурсы для решения довольно широкого спектра задач.

В своём кодексе фирма закрепляет добровольные обещания перед сотрудниками и внешним миром, которые фирма берет на себя сверх тех, что предписаны законодательством.

Нами рассмотрена основная задача Кодекса чести, дано определение Кодекса чести в бизнесе, уделено внимание истории создания Кодексов чести и представлен проект модели Кодекса, рассмотрено содержание этического кодекса. Последний состоит из двух частей: идеологической с описанием миссии, целей и задач фирмы, и нормативной с точными нормами поведения внутри коллектива.

Обращено внимание на базовые принципы, на которые опирается Кодекс чести. Описаны три функции этого Кодекса: репутационная, управленческая и функция развития корпоративной культуры. Раскрыта важность применения бизнес-процессов в банках. Разработана и представлена схема бизнес-процессов при обращении клиентов в банк. Существует три альтернативных пути разработки и внедрения Кодекса чести:

1. Привлечение внешних экспертов-консультантов, которые будут вести проект этического кодекса от начала до конца и сопровождать компанию после его внедрения.

2. Разработка и внедрение Кодекса чести с помощью внешних экспертов.

3. Осуществление поддержки системы самостоятельно; разработка и внедрение этического кодекса собственными силами.

Основными четырьмя этапами разработки и внедрения Кодекса чести являются: исследование, разработка концепции, обсуждение и внедрение.

Нами разработан примерный Кодекс чести для Банка «Авангард» на основе информации Кодексов других банков. Подробнее рассмотрены базовые принципы компании и правила взаимоотношений с потребителями.

В заключение можно отметить, необходимость Кодекса чести в каждой организации для улучшения своей деятельности, олицетворения философии фирмы. Персонификация каждым сотрудником безукоризненного поведения является конкурентным преимуществом любой фирмы. Лишь при условии принятия всеми сотрудниками Кодекса чести, работа компании будет неукоснительно исполняться и находиться на достойной высоте для процветания организации.

ВЛИЯНИЕ ДОКУМЕНТООБОРОТА НА ОПТИМИЗАЦИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Студ. Николаев А.Е., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Конец 20-го века ознаменовался переходом стран с наиболее развитой экономикой к постиндустриальному обществу. В таком обществе, информация и знания становятся важнейшим производственным ресурсом. И действительно, крылатая фраза Ротшильда, основателя гигантской банковской династии: «Кто владеет информацией, тот владеет миром» сегодня актуальна как никогда. Ни для кого не секрет, что большая часть информации фиксируется посредством материальных носителей,

основным из которых является документ. Документы играют важную роль как для отдельного человека, так и для всего государства. Но особое значение имеет влияние документирования на процессы управления.

Правильно организованный документооборот влияет на оптимизацию и сокращение длительности бизнес-процессов фирмы и её экономическую эффективность.

Бизнес-процессы приобретают всё большую актуальность при организации сервисной деятельности. Их соблюдение и отслеживание происходящих изменений с последующей корректировкой всех операций позволяет оптимизировать затраты на текущие бизнес-процессы.

При сравнении систем ручного и электронного документооборота выявлена зависимость размера экономической эффективности от масштаба производства и размера предприятия.

Перечислим выявленные исследователями потенциальные выгоды предприятий после организации в них высокоэффективного документооборота: снижение материальных затрат для малых предприятий – 5%, для крупных предприятий – 20%; снижение рисков – до 60%; экономия на базовых процессах для малых предприятий – до 15%, для крупных предприятий – до 50%; экономия на конкретных операциях – от 3 до 24%; экономия на выплатах штрафов и пени за нарушение сроков; реальный рост прибыли и окупаемости инвестиций (ROI).

В итоге отметим, что снижение затрат, рисков, разумная экономия и платёжная дисциплина приводят к увеличению прибыли с повышением эффективности деятельности.

ДОЛЖНОСТНЫЕ ИНСТРУКЦИИ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Студ. Недосугова В.А., Чаава Д.М., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Авторами подробно описаны должностные инструкции для сотрудников ресторана и их соблюдение с целью качественного осуществления бизнес-процессов в сфере ресторанного бизнеса. Высокий уровень исполнения бизнес-процессов позволяет достичь максимального удовлетворения потребностей клиентов, предоставления качественных услуг по обслуживанию, а также качественного приготовления заказанных блюда и получения при этом наибольшей прибыли.

Бизнес-процессы в сфере ресторанного бизнеса требуют постоянного контроля в связи с необходимостью сокращения сроков обработки из-за ограниченного срока годности сырья и соблюдения правил санитарного

режима при приготовлении блюд; неравномерностью посещаемости ресторана в различные дни и затрудняющая работникам кухни чётко планировать завоз сырья и ингредиентов блюд, их обработку и приготовление полуфабрикатов.

Точное исполнение бизнес-процессов обеспечивает организацию труда сотрудников ресторана в зависимости от изменяющихся условий деятельности, а также помогает осуществлять контроль за каждой операцией. В связи с этим в бизнес-процессах важнейшую роль играют правильное составление и соблюдение должностных инструкций сотрудниками для обеспечения качественной работы ресторана.

Авторами разработаны должностные инструкции (ДИ) по операциям бизнес-процесса обслуживания клиентов в ресторане официантами, а также схематично представлены бизнес-процессы приготовления поварами различных блюд. ДИ регулируют уровень обслуживания клиентов ресторана от исполнения обязанностей официанта до качества готовых блюд. Также переработаны должностные инструкции для всех сотрудников ресторана: директора, его заместителя, бухгалтеров, шеф-повара, поваров, бармена, официанта, мойщицы посуды, уборщицы. А также разработана должностная инструкция администратора ресторана по управлению бизнес-процессами и качеством.

Отметим, что без должностных инструкций ни одна организация полноценно функционировать не может. Схемы бизнес-процессов позволяют учесть все достоинства и недостатки работы фирмы сферы питания и уделять особое внимание постоянному обновлению документов (регламентов). А также сопровождать обновлёнными регламентами все выполняемые операции в процессе работы каждого сотрудника.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗЮМЕ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЕ ПРИЁМА НА РАБОТУ

Студ. Денисова А.А., Егоян Э.А., гр. ЭС-117

Научный руководитель: доц. Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Резюме играет одну из главных ролей и является основой для запуска бизнес-процесса приёма на работу. Это очень актуальный вопрос, который требует более внимательности со стороны человека, ищущего работу. Первая встреча с работодателем проходит, как правило, заочно, с помощью резюме. Оно отображает три основных качества, требуемых от сотрудника: образованность, продуктивность и неограниченность способностей.

Рассмотрено понятие бизнес-процессов и его основные характеристики. Особое внимание уделено описанию бизнес-процессов,

который включает в себя шесть основных пунктов. Выделены главные преимущества бизнес-процессов и, соответственно, обоснована их необходимость.

Проанализировано понятие и описание резюме, как отправной точки в бизнес-процессе приема на работу. Подробно раскрыты правила его составления и рекомендации. Охарактеризованы основные блоки при составлении резюме. К ним относятся заголовок, образование, профессиональный опыт и раздел дополнительной информации. Каждый из блоков имеет индивидуальную характеристику и рекомендации по составлению и оформлению резюме.

Роль резюме в бизнес-процессе приема на работу характеризуется отношением к составлению и отражением ключевых моментов характеристики претендента на работу, а также компетентным отношением работающего с данным документом сотрудника. Обоснована важность резюме, его индивидуализации, достоверности, возможности обратить внимание на соискателя при обязательности соблюдения всех правил составления. Нами дополнительно освещены и описаны виды собеседования для очного знакомства работодателя или его представителя с кандидатом (кандидатами) на ту или иную должность. Разработаны и представлены схема бизнес-процесса приёма на работу и пример готового резюме.

На основе значительной роли резюме в бизнес-процессе приёма на работу сделан вывод о трудоёмкости составления и работы с резюме. Оформленный в виде схемы бизнес-процесс приёма на работу позволяет увидеть несколько последовательных операций, обязательных к соблюдению текущего законодательства Российской Федерации. Поэтому необходимо соблюдать ответственность в подходе к исполнению последовательности бизнес-процесса приёма и со стороны соискателя, и со стороны работодателя.

СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТОДЫ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ

Маг. Панайотиди Ф.Н.

Научный руководитель: доц. Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

С развитием информационных технологий стало невозможным продуктивное ведение бизнеса без непрерывного мониторинга за рыночной структурой. Одной из важных причин этому послужила глобализация рынка и бизнеса. Чтобы находиться в “тренде”, компаниям необходимо быть в курсе новейших информационных, маркетинговых, дизайнерских методов и технологий, иметь абсолютное представление о

рынке, о динамике и структуре спроса, получать надежную, достоверную и актуальную информацию, проводить всестороннее изучение изменчивых потребностей клиентов.

Чем полнее и эффективнее поставлена маркетинговая деятельность, тем более прочно и стабильно положение производителя на рынке. В новых современных реалиях, предсказать реакцию потребителей на те или иные товары и услуги, можно лишь обладая максимумом маркетинговой информации.

Решить возникающие проблемы компании помогают современные информационные технологии. Ключевую роль, которую играет Интернет, благодаря его повсеместному распространению и использованию. Сегодня, всемирная сеть в значительной мере формирует общественное мнение, имидж, публичность и известность которыми можно управлять и исследовать.

То, что современные маркетинговые исследования являются ключом к успеху на рынке, не подлежит сомнению. Эти исследования представляют комплексную и целенаправленную деятельность в области производства и рынка, которая обеспечивает решение конкретных рыночных задач компании наиболее разумным путем.

Однако одно только использование рыночных исследований, рекламы, брендинга, информационных технологий и т.д. не являются гарантом получения положительной маркетинговой деятельности и экономического эффекта. Нужно чтоб информационные ресурсы представляли собой единую, маркетинговую и информационную систему.

Профессионально выстроенная система маркетинга – это больше, чем перечисленное ранее – это инструмент, позволяющий использовать объединенное действие всех маркетинговых методик.

Так же одной из важной производственной функцией в системе маркетинга является дизайн. Он зачастую рассматривается руководителями предприятий как стратегический инструмент, тесно связанный с менеджментом. Невооруженным взглядом очевидна их неразрывная связь. В то же время, сам дизайн не может состояться как таковой, минуя стадию маркетинга, потому что его целью тоже является удовлетворение человека и решение его проблем.

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Маг. Абрамов А.А., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В современных условиях большинство рынков товаров и услуг являются насыщенными и характеризуются высоким уровнем

конкуренции, поэтому для успешной рыночной деятельности предприятию необходимо определить свой целевой сегмент со специфическими потребностями, что возможно только на основе разработки перспективного плана деятельности, то есть стратегии развития.

Современная внешняя бизнес-среда имеет тенденцию к быстрым изменениям, которые предоставляют организации не только определенные рыночные возможности, но и представляют собой угрозы для его стратегической деятельности. Следовательно, усиление конкуренции требует от компании адекватного конкурентного поведения на рынке. Кроме этого неотъемлемым элементом эффективной стратегической деятельности организации является изменение концептуального подхода, направленного на изучение и удовлетворение потребностей потребителя, становится.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что в условиях нарастающей конкуренции, быстрого насыщения рынка определенной услугой, предоставляемой различными компаниями, конкуренты активно перенимают друг у друга методы продвижения услуг. В связи, с чем перед бизнесом возникает необходимость выбора наиболее эффективной в конкретных условиях стратегии своего поведения и установления определенного рода барьеров для обеспечения конкурентной доли рынка.

Эффективная конкурентная стратегия позволит организации создать такую программу своей деятельности, которая будет включать ориентирование и переориентирование всех видов деятельности компании в направлениях, которые обеспечивают ее развитие и прибыльность на основе разработки продукта, удовлетворяющего потребности потребителей и позволяющего владеть необходимой для этого долей рынка.

ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ

Маг. Панина Е.А., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра коммерции и сервиса

Формирование сбалансированного товарного портфеля организации один из факторов ее устойчивого развития, так как под сбалансированностью портфеля товаров и услуг понимают оптимальные пропорции наличия в нем товаров (услуг), находящихся на разных этапах жизненного цикла организации.

Видов товарных портфелей большое количество. Помимо того, что товарный портфель может быть сбалансированным и несбалансированным, он может быть диверсифицированным и недифференцированным, рисковым или страховым и т.д. Для определения типа сформированного товарного портфеля и дальнейшего его совершенствования на начальном этапе надо провести ряд маркетинговых исследований, к числу которых относятся следующие: определение характера и тенденций развития рынка для определения стратегических направлений развития организации и ее ассортимента; сегментирование рынка и определение профиля покупателя для оценки степени его удовлетворенности существующим ассортиментом и его качеством; построение конкурентного профиля товара с целью определения степени необходимости его дифференциации; определение конкурентной позиции организации, так как, например, занимаемая позиция лидера предполагает необходимость разработки нового товара и выведение его на рынок для сохранения лидирующих позиций; позиционирование товара (услуги) и выявление его конкурентоспособности в целях ее дальнейшего повышения; исследование силы и потенциала роста бренда (в случае, если товар марочный).

Все эти исследования необходимы для реструктуризации товарного портфеля или определения направлений формирования его нового типа.

МНОГОУРОВНЕВЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Маг. Сон К.А., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Большое количество определений сущности и методик оценки конкурентоспособности продукции говорит о том, что исследователи не перестали искать тот метод, который будет с наибольшей полнотой отвечать требованию управления процессом эффективного функционирования в конкурентной среде.

В теории вопроса авторы выделяют три группы методов оценки конкурентоспособности продукции: поиск единого показателя конкурентоспособности продукции (например, доля рынка, рассчитанная по объему продаж), портфельный анализ, поиск конкурентных преимуществ за счет бенчмаркинга и функционально-стоимостного анализа путем балльной оценки частных показателей продукции.

Перечень частных показателей в методиках отдельных авторов различен, выбор их не всегда носит системный характер. Так, Ж-Ж. Ламбен приводит следующие индикаторы конкурентоспособности товара:

относительная доля рынка, издержки, отличительные свойства, степень освоения технологии, метод продаж, имидж (известность). В.Н. Фомин считает необходимым определять цену, затраты на эксплуатацию или потребление, предоставляемый сервис, рекламу, имидж и авторитет фирмы, соотношение между спросом и предложением. Большинство предложенных показателей не вызывает сомнения, однако, трудно судить, насколько комплексно будет отражена в том или ином случае оценка конкурентоспособности товара.

Для обеспечения комплексного характера оценки конкурентоспособности продукции в обоснование перечня показателей конкурентоспособности продукции следует заложить некую систему. Е.П. Голубков, определяя конкурентоспособность продукции, предлагает оценивать качество, цену, доведение продукции до потребителя, продвижение продукта, где весьма четко просматривается подход с позиций классической формулы маркетинга – «4P» (product, price, place, promotion). Но все эти «P» носят комплексный характер. Так, первую «P» – продукт – оценивать только качеством недостаточно. Например, товар в соответствии с трактовкой Ф. Котлера представляет собой трехуровневую модель. Все эти три уровня и предлагается учитывать в оценке конкурентоспособности продукции. Комплексно следует рассматривать и остальные «P».

ДЕФИНИЦИЯ ПРОБЛЕМЫ ДИАГНОСТИКИ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Цуканова А.А., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Дефиниция проблемы диагностики товарного портфеля предполагает, прежде всего, сравнение таких понятий как анализ и диагностика.

Если обратиться к словарям, то под анализом понимают метод научного исследования, связанный с всесторонним рассмотрением отдельных сторон, свойств целостного объекта, его разделение на части и изучение. В экономических науках анализ используют для выявления сущности и определения причин, закономерностей протекания экономических, социальных и хозяйственных процессов, как базу для построения планов и прогнозов с целью выбора наиболее экономически оправданных действий.

В этом понятия анализа и диагноза достаточно близки друг к другу, хотя и не тождественны. В отличие от анализа понятие «диагностика», образованное от греческого распознавания, означает не только

установление и изучение признаков, характеризующих объект, но и определение по этим признакам состояния объекта с целью предотвращения возможных отклонений и нарушений нормального режима его эксплуатации.

Товарный портфель организации – это совокупность всех товаров, товарных групп, видов и разновидностей товаров, выпускаемых организацией в соответствии с организационно-экономическими и технологическими возможностями производства.

Анализировать товарный портфель в соответствии с вышеизложенным, означает разбить его на отдельные товарные группы, товарные линии и товары, и всесторонне изучить их. К методам анализа товарного портфеля относятся прежде всего матричные методы, методы ABC и XYZ, метод Дибба-Симкина и др.

Диагностировать товарный портфель организации означает определить его тип (сбалансированный/несбалансированный, диверсифицированный/недиверсифицированный, рисковый/страховой и т.д.) В зависимости от тира могут быть определены возможные отклонения от заданного стратегического направления развития организации, а, следовательно, определены пути решения возникших проблем. Для решения задач диагностирования надо классифицировать возможные типы товарного портфеля и критерии отнесения к ним.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Маг. Беседин И.С., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Малый бизнес является источником рабочих мест, способствует созданию среднего класса. Можно сказать, что именно малый бизнес определяет темпы экономического роста и качество валового национального продукта.

Маркетинг – это комплекс исследований, институтов и процессов, в которых осуществляется управленческая и регулирующая деятельность на рынке. При этом всегда учитываются особенности той или иной сферы бизнеса, в которой он осуществляется, в частности в данном случае, сферы малого бизнеса. Представители малого бизнеса сталкиваются с определенными сложностями в маркетинговой деятельности. Это касается, в первую очередь, ограниченности в экономических ресурсах, в затратах на маркетинговую деятельность, рисках и особенностях на каждом из этапов комплекса маркетинга продукции.

Развитие малого бизнеса происходит главным образом за счет коммуникаций с потребителями. Маркетинговые инструменты позволяют выяснить их потребности и определить свою нишу на рынке.

Существует большое разнообразие маркетинговых инструментов, что касается малого бизнеса, но наиболее популярными являются технологии формулы 4P: 1. Продукт (Product). Именно с продукта начинается работа. Здесь нужно определить символику бренда, функциональность, качество и вариативность ассортимента. 2. Продвижение (Promotion). Причисляется к наиболее эффективным инструментам маркетинга, потому как способно донести до потребителя информацию о продукции и услугах. Однако, затраты на продвижение, как правило, достаточно высокие, поэтому малому бизнесу приходится искать свои собственные формы и каналы коммуникаций, например, использовать партнерский маркетинг, различные мобильные приложения и т.д. 3. Персональные продажи (Place). В этом случае каждый специалист отдела продаж находит индивидуальный подход к клиенту и выясняет его потребность. И здесь на помощь малому бизнесу приходят новые, современные технологии маркетинга (создание собственных сайтов, их SEO-оптимизация, СМС-оповещения и т.д.). 4. Ценовая политика (Price). Стоимость товара или услуги выступает в роли индикатора условий, в которых предприятию приходится осуществлять собственную деятельность. Опять на помощь приходит онлайн режим, рождаются новые, наиболее экономически выгодные предложения.

ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РОЛИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В БИЗНЕСЕ

Маг. Исаева Ю.В., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Человеческий фактор в информационную эпоху является одним из важнейших, если не главным, фактором развития любого бизнеса. Для успешного функционирования бизнеса в наше время создаются целые департаменты по управлению человеческими ресурсами, так как основная задача состоит в развитии физической, умственной и эмоциональной деятельности человека, которые будут направлены на эффективное участие в производственной деятельности.

Формирование развития понятия «человеческие ресурсы» уходит глубоко своими корнями в историю. Первым историческим периодом выделяют период 20-40 гг., когда труд большинства людей не приносил им удовольствия и маленький процент индивидов мог выполнять творческую

работу, в которой надо было проявлять креативность и самостоятельность. Отличительной особенностью данной концепции являлся низкоквалифицированный труд, где человек выступал носителем рабочей силы. Основной задачей руководства был строгий надзор за подчиненными и выстраивание монотонной четко слаженной работы. С 20 гг. XX века такие ученые, как А. Фойель, М. Вебер, Г. Форд начинают активно развивать классическую теории управления, что стало первым шагом на пути становления управления человеческими ресурсами. Как отмечал А. Файоль, предприятие состоит из двух организмов: материального и социального и взаимоотношение людей в процессе труда не менее важно, чем средства и предметы труда. На пороге 50 гг. начинается новая система управления персоналом, которая ориентирована не только на поставленные задачи производства, но и на потребность в профессиональных знаниях и умениях у персонала. Особое внимание стало уделяться подготовке и переподготовке персонала и повышение квалификации сотрудников. Согласно теории Ф. Герцберга, существует определенная взаимосвязь между условиями труда и отношением сотрудника к работе. Данная концепция включает в себя две группы факторов, которые могут влиять на сотрудника: мотивирующие, т.е. признание, социальный и личностный рост, и поддерживающие, такие как заработная плата, условия труда или социальный статус. Система управления человеческими ресурсами начинает свое стремительное развитие в США в 1970-е годы. На смену понятия «персонал» пришло понятие «человеческие ресурсы», которое основывается на том, что человек является не просто фактором производства, а личностью, которая является главным ресурсом предприятия. Активно развивается система кадрового регулирования и стратегическое развитие человеческих ресурсов, где в первую очередь ценятся культурные и интеллектуальные качества сотрудника. В этой связи предъявляются новые требования к кадрам при приеме на работу и новые требования к проведению аттестации и обучению сотрудников, что и является, пожалуй, основной проблемой совершенствования технологии управления человеческими ресурсами на современном этапе.

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Маг. Торгашова М.А., гр. ВМАГ-М-418
Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.
Кафедра Коммерции и сервиса

Практика успешно развивающихся современных организаций свидетельствует о том, что одним из важнейших факторов, содействующих

переходу на качественно новый уровень организации бизнеса, является корпоративная культура. Корпоративная культура существует в любой организации и при наличии квалифицированного управления выступает своеобразным отличительным признаком и фактором развития среди постоянно растущего числа компаний. Значение корпоративной культуры в бизнес-сфере сложно переоценить. Это обусловлено тем, что в быстроразвивающемся информационном обществе конкуренция возрастает и для увеличения потенциала организации нужно обращать внимание не только на внешние факторы развития, но и на внутренние. Так, ее влияние сказывается на разнообразных аспектах деятельности, а именно таких как маркетинг, продажи, инновационная деятельность, кадровая сфера, социальная политика и другие стороны функционирования организации.

Четко выработанные элементы корпоративной культуры, среди которых эффективное лидерство, лояльность, гибкая структура и другие, способствуют росту таких показателей как производительность труда, уровень качества производимой продукции или оказываемой услуги, уровень продаж. При всем этом сильная корпоративная культура предполагает наличие определенных корпоративных стандартов, которые являются необходимым инструментом развития предприятия и улучшения его деятельности, а также оказывают положительное влияние на инвестиционную привлекательность. А ориентация сотрудника на разработку и воплощение в жизнь новаторских идей формирует ощущение ответственности и порождает заинтересованность в улучшении показателей деятельности, создает атмосферу увлеченности своей работой. Позитивная корпоративная культура способствует формированию у сотрудников ценности профессионально-трудовой деятельности, как способа самореализации, содействует росту удовлетворенности труда, и как следствие, снижению текучести кадров. Возможность сотрудника самовыражаться, реализовывать свои творческие способности, заниматься интересной работой формирует лояльное отношение к компании, порождает желание оказывать всестороннюю помощь в ее развитии.

Проблемы корпоративной культуры стали приобретать все больший интерес в связи с активным вовлечением нашей страны в процессы глобализации, выходом на конкурентные рынки, а также с уплотнением контактов и ускорением темпов общения. Безусловно, актуальность данной тематики связана также с необходимостью решения линии теоретических и практических задач, регулярно возникающих как перед учеными-исследователями, так и перед руководителями организаций, то есть практиками.

ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО КАК СРЕДСТВО ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Студ. Кондаусова Д.Д., гр. СКХ-117

Научный руководитель: преп. Кабанова О.Е.

Кафедра Педагогики балета

Хореографическое искусство и воспитание детей в учреждениях дополнительного образования получают десятки тысяч детей нашей страны. Именно через искусство происходит передача духовно-нравственного опыта человечества, способствующая развитию духовного потенциала, формированию оптимистического мировоззрения, и, наконец, влияющих на формирование личности ребенка. Хореографическое искусство является формой познания и преобразования действительности, благодаря которой ребенок может развиваться и воспитываться полноценно. В этом не менее важную роль играет педагог, который направляет детей и их знания, старается наполнить их жизнь яркими красками.

Целью данной работы являются педагогические задачи духовно-нравственного воспитания детей искусством хореографии в системе дополнительного образования. Важно сформировать, развить и укрепить у детей потребность в общении с искусством, понимании его языка. Так же целью является и изучение особенностей хореографического искусства как главного звена в воспитании духовно-нравственной личности.

Необходимо помнить о роли искусства и ее значении в жизни каждого ребенка, целесообразно воспитывать детей и прививать им вкус с раннего возраста, тем самым создавать в мире общекультурную среду обитания для культурно-просветительского существования.

ИМПРОВИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ САМОВЫРАЖЕНИЯ ТАНЦОРА

Студ. Густилина Е.О., гр. СКХ-118

Научный руководитель: проф. Портнова Т.В.

Кафедра Педагогики балета

Исследование импровизации началось в начале XX века и продолжается в настоящее время, так как эта область сегодня сопряжена с расширением существующих представлений, сложившихся в теории и практике искусства, поэтому остается новой и актуальной. Импровизация возможна в словесном творчестве, музыке, танце, театре. В танцевальном творчестве она присутствует с древнейших времён: во многих народных

танцах в ответ на «вызов» продемонстрировать силу, ловкость, удаль импровизатор выходил за пределы устойчивых хореографических форм.

Цель данной работы состоит в рассмотрении импровизации с точки зрения самовыражения танцора. Задачами являются определение истоков импровизации, показ на примере двух танцовщиц выявленную ими индивидуальность с помощью импровизационных средств выражения, формирование мотивации к изучению импровизации.

Вследствие возросшего значения музыки в хореографическом искусстве начала XX века импровизация стала использоваться как средство интуитивного выражения смысла музыки посредством танца. Айседора Дункан, была первой танцовщицей в начале XX в., которая в качестве принципа обучения использовала взгляд внутрь себя и поиск движения, лежащего глубоко внутри тела. «Это называли новой системой танцевания, но в реальности это не было системой. Я следовала своей фантазии и импровизировала, обучая любому образу, что приходил в мое сердце» – писала А. Дункан. Одна из величайших балерин начала XX века Анна Павлова в юности не владела виртуозной техникой и «стальным» носком, но огромная сила ее неповторимой и чарующей индивидуальности таилась именно в ее импровизации и в танцах собственного сочинения.

Начиная с 50-х годов, начали появляться импровизационные выступления, например, ежедневно меняющийся продолжающийся проект Ивонна Райнера, который представлял собой выступление в стиле контактной импровизации, продолжавшееся несколько часов. Зрители при этом могли входить и выходить по своему желанию. Танцоры заново сочиняли все элементы хореографии во время выступлений.

В заключении отметим, что постигнуть искусство танцевальной импровизации – значит научить высвободить свое сознание, выходить за рамки надуманных заранее движений. Владение импровизацией – это гарантированный прогресс и высокий успешный рост в танцевальном искусстве. Это огромная ступень для достижения вершин в танцах и карьере. Это и есть самовыражение танцора.

**МУЗЫКАЛЬНАЯ ДРАМАТУРГИЯ
БАЛЕТА Л.МИНКУСА «ДОН КИХОТ»,
ПОСТАВЛЕННОГО М.И.ПЕТИПА В МОСКВЕ В 1869 г.**

Студ. Меринова Д.С., гр. СКХ-117
Научный руководитель: доц. Ковтун А.В.
Кафедра Педагогика балета

Известно, что «Дон Кихот» – редкий пример балетной партитуры, имеющий два авторских варианта (московский и петербургский). Попробуем же рассмотреть московскую версию балета «Дон Кихот», не

оценивая его как «материал» для считающегося более известным и понятным петербургского варианта, а с точки зрения музыкальной драматургии, которая была заключена в первоначальном замысле.

Три музыкальных «мира», продемонстрированных в Интродукции, далее получали последовательное развитие.

Мир Дон Кихота проявлялся не только в облике единственного лейтмотива партитуры, но и в некоторых пантомимных сценах, связанных с этим героем. Они отличались специфическим характером изложения, избранным композитором – он использовал фанфары, строгую графичность мелодии, явную стилистическую «устарелость» на фоне окружавшей его музыкальной действительности.

Испанские танцы самого разного характера в большинстве своем были сконцентрированы во второй картине первого действия (площадь Барселоны) и в четвертой картине второго действия (зала гостиницы).

Лишенные национальной окраски ансамбли в большей степени относились к миру Дульцинеи.

Важнейшими в московском «Дон Кихоте» были сцены пантомимные, точно отражающие слово либретто.

Чрезвычайно яркими, пусть и немногочисленными, становились фантастические сцены этого балета, тоже имевшие свой специфический музыкальный облик и вносившие в яркую «национальную» партитуру элемент звучащего волшебства. Эти сцены, связанные с Дон Кихотом, находились в пятой и шестой картинах третьего действия.

Музыкальная драматургия партитуры была продумана и максимально логично выстроена.

ВОСПИТАНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ, ПСИХИЧЕСКИХ И ЭСТЕТИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ ЛИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОМУ ИСКУССТВУ

Студ. Седяев С.А., гр. СПб-116

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогики балета

Физические качества. Роль танца особенно важна в воспитании гибкого и подвижного тела и благородной осанки. Первоначальную хореографическую подготовку дает партерная гимнастика. Система занятий партерной гимнастикой изобретена Борисом Князевым.

Духовное богатство человека, его интеллектуальная и физическая красота основываются на здоровом и гармонично развитом организме человека. Эстетическое воспитание принадлежит к числу непреходящих проблем. Огромный положительный опыт, доказывающий

непосредственную взаимосвязь занятий хореографией с эстетическим воспитанием накоплен в исследованиях педагогов и деятелей искусств Л.Н. Богатковой, С.И. Букатиной, А.Я. Вагановой, Е.Д. Васильевой, Ю.Н. Григоровича. Эстетическое воспитание – понятие широкое, включающее комплекс задач.

Занятия хореографией воспитывают важнейшие психологические качества личности ребенка. Занятие хореографией формирует произвольное внимание и такие его свойства как распределение, переключение, устойчивость, объём.

Занятия хореографией успешно воспитывают и формируют необходимые физические, эстетические и психические качества личности ребенка.

РАЗВИТИЕ БАЛЕТА В ПЕРИФЕРИЙНЫХ ТЕАТРАХ

Студ. Носкова Е.Д., гр. СКХ-118

Научный руководитель: проф. Портнова Т.В.

Кафедра Педагогика балета

Насколько мы помним, ещё в советское время русский балет терпел кризис, явную нехватку кадров и финансов для обеспечения театров. Было сложно не только периферийными театрами, но даже и столичными. К счастью, нашей стране удалось избежать падения и полного исчезновения балета. Региональные театры продолжают своё существование, развиваются и совершенствуются, порой обращая на себя внимание всей страны. Путь их укрепления не так лёгок, а потому стоит сделать акцент на этой проблеме, найти методы улучшения и преобразования балета в региональных театрах.

Цель данной работы заключена в анализе культурных процессов, протекающих в провинциальных театрах, а также создание информативной базы по региональным хореографическим училищам России, поскольку они являются центрами формирования творческих кадров, работающих в настоящее время не только в России, но и в других странах. Кроме того, в них поддерживаются творческие контакты с лучшими профильными российскими театрами, ансамблями и учреждениями.

Задачи сфокусированы вокруг вопросов творческих достижений региональных российских театров, касаются рассмотрения форм современного хореографического искусства, нашедшего свою реализацию в многочисленных фестивалях танцевального профиля, прошедших в 2018 г.

Большинство периферийных хореографических училищ было выстроено в середине XX века, в период кризиса русского балета. Следовательно, государство, таким образом, способствовало развитию

хореографии и помешало полному её исчезновению. Качество работы хореографических училищ с каждым годом становится лучше. Возрастает процент трудоустроенных выпускников в театрах России. Сегодня наблюдается распространённость массовых движений-фестивалей. Они являются важной стимуляцией развития, как для танцоров, так и для балетмейстеров, работающих на различных сценических площадках. Происходит тесное сотрудничество с театрами столиц, взаимодействие с признанными хореографами московских и петербургских учебных заведений. Репертуар современных театров является существенным фактором в формировании нового культурного мышления. Осуществляется государственная поддержка для развития балета на периферии, что способствует его укреплению и позволяет наметить перспективы дальнейшего преобразования и развития.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СЦЕНИЧЕСКОГО ВОЛНЕНИЯ

Студ. Силин А.В., гр. СПб-116

Научный руководитель: доц. Архипова М.Л.

Кафедра Педагогики балета

Волнению подвержено подавляющая часть артистов балета. Причём характер волнения меняется в зависимости от эстрадного опыта, и хоть оно имеет тенденцию к подчинению исполнителю, сложные взаимодействия не избавляют крупных исполнителей, танцовщиков с большим стажем от сильного волнения. Оно имеет признаки стрессовых состояний и проявляется в таком же ответе организма, как и на другие физические, нервно - психические, эмоциональные перегрузки. О волнении, связанном с концертным выступлением, свидетельствуют значительные вегетативные изменения: мобилизующая деятельность эндокринной системы, приводящая к биохимическим сдвигам крови. Нередко одна мысль о предстоящем выступлении вызывает бессонницу, мучительное состояние тревоги. Сильное волнение дезорганизует исполнителя, он становится очень возбуждённым, координация движений и силовая их регуляция нарушается. Причина эстрадного волнения заключается в неопределённости, непредсказуемости общественной реакции. Выступление в концерте, это поле деятельности, которое для исполнителя, полностью непредсказуемо и поэтому полно неопределённости.

До сих пор шла речь об отрицательных проявлениях волнения. Но волнение на эстраде необходимо. Оно необходимо танцовщику как формирующий и стимулирующий фактор хореографического развития.

Предконцертное самочувствие ученика в значительной мере зависит от психологического состояния его педагога. Учитель должен уметь

вселять бодрость и энтузиазм в сердца своих учеников, то есть быть для них своеобразным психотерапевтом. Нет ничего более нелепого и более психотравмирующего для ученика, нежели вид собственного наставника, волнующегося до дрожи и в то же время призывающего к спокойствию и уверенности в своих силах. Поэтому чтобы сценическое выступление прошло нормально, за несколько дней до выступления исполнитель должен представить себе место, где будет выступать, чтобы привыкнуть в своём воображении к тем условиям, в которых будет проходить выступление.

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ В ТВОРЧЕСКОМ КОЛЛЕКТИВЕ

Студ. Галкина Е.С., гр. СКХ-118

Научный руководитель: Архипова М.Л.

Кафедра Педагогика балета

Актуальность данной темы заключается в том, что, система дополнительного образования и культуры, при правильной ее организации и ценностном подходе к проблеме формирования личности имеет огромный потенциал для создания той благотворной почвы, тех условий, которые необходимы для свободного творчества растущей личности.

Цель исследования – рассмотреть влияние творческого коллектива на формирование личности. Предметом исследования выступают особенности развития личности в условиях творческого коллектива. Объектом исследования является творческий коллектив и личность.

Каждый человек, взрослый или новорожденный, представляет собой индивид – биологическую особь. Новорожденный ребенок является только индивидом. Вступая в общение с людьми, участвуя в коллективном труде, человек становится общественным, социальным существом, то есть личностью. Формирование развитой личности составляет одну из главных задач современного общества. Важной формой организации воспитания личности является коллектив. Развитие и формирование личности можно успешно осуществлять только в коллективе и через коллектив.

Слово «коллектив» происходит от латинского *colligo*, что в переводе на русский означает «объединяю», а латинское «*collectivus*» – собирательный. Таким образом, понятие коллектива указывает на объединение людей, на существование между ними связующих отношений. Коллектив возможен только при условии, что он объединяет людей на задачах деятельности, явно полезной для общества (А.С. Макаренко. Коллектив и воспитание личности. Под редакцией В.В. Кумарина. М – 1972).

На протяжении веков одним из универсальных средств воспитания и формирования личности было и остается искусство, представляющее

целостную картину мира в единстве мысли и чувства, в системе эмоциональных образов. В процессе исторического развития искусство выступает и как хранитель нравственного опыта человечества. В творческой деятельности заложены огромные возможности воспитательного характера.

ВЛИЯНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КОНТЕКСТА НА ИЗМЕНЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Студ. Рожковская Э.Д., гр. СКЛ-217

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью интерпретации всех этапов формирования английского языка как международного. Это позволит прогнозировать его дальнейшее развитие. Исследование призвано объяснить причины и предпосылки становления той структуры языка, которая существует на данный момент.

Нормандское завоевание Англии 1066 г. стало важнейшим событием для языковой составляющей страны. После пришествия норманнов английский язык стал стремительно изменяться, и в итоге превратился в совершенно новый язык.

Французский язык стал государственным, на нем писались официальные документы. Началось общественно-классовое противостояние: феодальная верхушка говорила на англо-нормандском языке, а основное население сохраняло англо-саксонский язык. Наиболее ярким примером, отражающим такую языковую ситуацию, служит разделение названий животных и сортов мяса. Животные, которые паслись крестьянами, назывались английскими словами (sheep, ox, pig), но как только их мясо подавали к столу нормандских феодалов, оно обозначалось французскими терминами (mutton, beef, pork). Такое соотношение названий животных и мяса сохранилось в современном английском языке.

Вследствие лингвокультурных изменений, значительные пласты английского населения стали двуязычными. По этой причине английский язык вобрал в себя очень большое число французских слов, которые в основном являлись более рафинированными вариантами просторечных англосаксонских аналогов. Выделяют несколько сфер, заимствования в которых встречались наиболее часто. К таким относятся названия, связанные с жизнью королевского двора, организацией армии и церкви, культурой и искусством. В результате лингвистических процессов английский получил современный грамматический облик, где окончания почти полностью отсутствуют или максимально унифицированы, и только

глаголы ведут себя более разнообразно, а связи между словами осуществляются за счет порядка в предложении и служебных частей речи.

Под воздействием нормандского завоевания все аспекты языка, в том числе лексический состав и письменность, претерпели ряд серьезных изменений, дошедших до наших дней, и ни одно событие в английской истории не может сравниться с его масштабом.

КОМПЬЮТЕРНАЯ ЛИНГВИСТИКА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Студ. Санкавец А.Н., гр. СКЛз-16

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Особая роль в прикладной лингвистике отводится компьютерной лингвистике, направленной на использование механической обработки информации с целью создания основ функционирования языка в кибернетическом пространстве. Также машинное построение основ образования языка может быть рассмотрено в качестве способа для эффективного разрешения задач языкознания.

В середине минувшего века компьютерная лингвистика выросла в отдельное направление. Фундаментом является теория знаний, изначально создававшаяся в виде составляющей искусственного интеллекта, а впоследствии переросшая в раздел когнитивной науки. Первоочередными сериями положений в компьютерной лингвистике предстают «фреймы» (концептуальные структуры представления обыкновенной, «типичной» ситуации либо поведения, схожих тематически); «сценарии» (системы порядкового предоставления знаний стереотипного поведения либо ситуации); «планы» (системы знаний, фокусирующиеся на основной цели); «сцена» (обозначение и выделение языковых средств: лексемы, конструкции синтаксиса, категории грамматики и пр.) в полных или частичных лингвистических ситуациях.

Одной из значимых целей перед компьютерной лингвистикой стоит распознавание человеческой речи. С этим возникает множество трудностей, главная из которых состоит в том, что людям и самим порой трудно бывает понять друг друга. Первостепенные методики избавления от языковых барьеров – изучение иностранных языков и переводческая работа – здесь не помогут. Но с укреплением экономических, политических и культурных связей между странами (и соответственно увеличением интенсивности обмена информацией) вышеуказанные способы не в полной мере выполняют свою роль. Появилась потребность поиска альтернативных путей устранения проблемы. И одним из этих

путей может быть разработка структур автоматического фразеологического перевода.

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИЙ

Студ. Рябова В.А., гр. СКЛ-117

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.А.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Общение является одним из базовых компонентов человеческого существования. Это многоуровневый иерархический процесс, который может рассматриваться одновременно как процесс становления, взаимодействия, взаимовлияния, сопереживания и взаимопонимания. Думая об этом понятии, мы имеем в виду язык, на котором происходит общение, однако коммуникативный процесс может происходить и невербально. При выражении эмоций, чувств, желаний могут использоваться такие невербальные средства коммуникации, как мимика, жесты и др.

Межкультурная коммуникация является актуальной темой современной цивилизации. Это связано с тем, что у людей повысился интерес к иностранным языкам, к культурам различных социокультурных групп. На данный момент, межкультурное общение выходит на передний план в процессе социализации и адаптации. Межкультурная коммуникация – адекватная интерпретация ситуации участниками коммуникативного акта, принадлежащими к разным культурам. Из-за различных речевых форм между собеседниками может не возникнуть контакта. В этом случае на помощь приходят невербальные средства общения.

Невербальная коммуникация – алгоритм использования внеязыковых средств, символов и знаков для передачи информации и различных сообщений в процессе общения. По нашему мнению, именно кинесическая группа (жесты, позы, телодвижения) создает наиболее полную картину собеседника. Однако, при подробном рассмотрении кинесических средств общения, было выяснено, что привычные жесты могут иметь разное значение в других странах мира. Так, например, жест большим пальцем для большинства стран является ободряющим, однако в Греции он будет говорить о нежелании продолжать разговор. В Иране это вовсе считается оскорбительным жестом. А в США с помощью большого пальца останавливают такси и ловят попутные машины.

Таким образом, невербальная коммуникация представляет собой сложный процесс, протекающий в целом неосознанно. Мы используем средства невербального общения для того, чтобы полнее и понятнее выразить свои мысли. Не во всех странах мира эти средства будут иметь

одинаковое толкование. Следовательно, для общения с представителями других культур, чтобы не попасть в неловкое положение, необходима не только лингвистическая компетентность, знание иностранного языка, но и представление о невербальных формах общения, присущих данному типу лингвокультуры.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СРЕДНЕВЕКОВОЙ КНИЖНОЙ МИНИАТЮРЫ

Студ. Пивцаева А.А., гр. СКЛ-116

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Европейская средневековая миниатюра отличается особыми шрифтами, цвета и контуры рисунка четкие, они подчеркивают материальность книги. Это же позволяет изображению выйти за пределы листа, стать выпуклым. Украшение книги – драгоценная рамка для Слова Божьего, а инициал – знак для посвященных. Инициал (лат. Initialis – начальный) – заглавная увеличенная буква, с которой начинается текст (на Руси было принято название «буквица»). Инициалы могли быть изображены в виде людей, животных и содержать изображения на библейские темы.

На Руси буквицы появились в X веке, после принятия христианства. Стандартный размер буквицы обычно составлял до пяти строк. Древнерусские художники-изографы предпочитали использовать в буквицах изображения животных, а также растительные мотивы.

Для английских и ирландских инициалов характерны геометризм и линейно-плоскостная трактовка форм. Инициалы отличаются простыми и крупными геометрическими формами (спираль, линии, узор шахмат, животные, точки, орнаментальная вязь), все плоскости заполняются сложным орнаментом (боязнь пустого пространства листа). Особенно популярна кельтская «плетенка». Яркие примеры – инициалы в «Книге из Дурроу» (ок. 700 г.); «Келлской книге» (VIII в.).

Антропоморфные изображения появляются после знакомства с итальянскими и византийскими образцами (Линдисфарнское евангелие) и слияния традиций. Континентальная Европа больше подвержена влиянию античности, там чаще встречаются фигуры людей, переданные с достаточной пластичностью (Италия), они драпировки прорисованы мягче и изящнее. В IX и X вв. в искусство орнаментальной декорации проникают христианские мотивы, появляются статичные, с «говорящими жестами», фигуры святых, апостолов, Девы Марии, Христа, однако в англо-ирландской миниатюре народные элементы по-прежнему очень важны.

Каждый инициал уникален и несет в себе элементы народной культуры. На их примере можно увидеть, как изменялись культура, традиции и взгляды народа под влиянием исторических событий. Примечательно, что традиция оформления первой буквы сохранилась и в настоящее время, что можно наблюдать и текстах на сайтах различных электронных изданий и т.п.

АНГЛИЦИЗМЫ В РЕЧИ РУССКОЙ МОЛОДЕЖИ

Студ. Калинина А.Е., гр. СКЛ-218

Научный руководитель: преп. Мутовкина Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Влияние английского языка как мирового на другие неизбежно. Так, анализируя лексический состав современного русского языка, мы обратили внимание на то, что заимствования из английского языка в последние годы не только многократно увеличились в числе, но и приобрели новые, нехарактерные им раннее черты.

Традиционно выделяется несколько причин активного внедрения английских слов в русский язык: отсутствие аналога новому предмету в русскоязычном мире; возможность дополнительной окраски слов; стремление к цельности. Однако вместе с развитием общества появились и новые основания, особенно актуальные для молодежи: стремление максимально сократить затраты времени для передачи мыслей, желание приблизиться к англоязычному миру, взгляд на англицизмы как на решение орфографических проблем благодаря произносительной записи.

Языковое поведение молодого поколения, выступившего двигателем процесса внедрения английских слов в русский язык, привело к разделению англицизмов на две группы по употребительному признаку.

Поведение заимствований в русском языке тоже неоднородно. Некоторые слова фактически вытесняют свой аналог; другие же входят в язык лишь частично, встречаясь только в контексте определенной фразы.

Образование новых групп и подгрупп англицизмов, их активное употребление и попытка замены исконно русских лексических единиц благодаря наделению английских слов русскими морфологическими признаками – все это свидетельствует о новом языковом поведении молодежи, нацеленном на качественное преобразование русского языка.

Оценка данного процесса неоднозначна. Современные лингвисты отмечают как отрицательные (потеря русским языком своей независимости, вытеснение исконно русских слов из речи), так и положительные последствия (обогащение языка, способ преодоления языкового барьера). Однако стоит отметить, что искусственно выбрать

вектор развития языка нельзя, поэтому языковое будущее находится в руках самого активного населения – молодежи.

РИТМИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ В ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННЫХ АМЕРИКАНСКИХ РЭП-ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Студ. Крылова Д.В., гр. СКЛ-118

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Рэп – один из наиболее популярных жанров, характеризующийся четким ритмом и особенностями текстов песен.

С лингвистической точки зрения, стиль – это индивидуальный способ реализации коммуникативного акта или произведения. С точки зрения фонетики и фонологии, ритм – это соразмерное чередование в потоке речи ударных и неударных слогов. Тексты рэп-исполнителей подчинены правилам «флоу», это энергичная, в быстром темпе, или монотонная (в лирических синглах) читка, или речитатив. Дикция и умение расставлять эмоциональные маркеры создают неповторимый стиль рэпера.

Анализ композиций Эминема (Маршала Брюса Мэтерса III, неоднократного номинанта и победителя премии Grammy) позволил выявить следующие ритмико-стилистические особенности:

в одном треке могут быть использованы несколько видов рифм (перекрестная рифма может сменяться рифмовкой каждой последующей строки), что позволяет Эминему переходить от непрерывного речитатива к более плавным моментам ритмически практически незаметно;

все строчки припева во многих синглах заканчиваются словами, оканчивающимися на одну и ту же букву, которую исполнитель больше всего выделяет (припев в треке «Venom», альбом «Kamikaze», 2018 г.). Необычное построение позволяет припеву запомниться слушателю звучанием, а ритм текста легко воспринимается и воспроизводится даже людьми, не владеющими английским языком;

выделение некоторых слов через пару или тройку строк, придание им особой певучести, в отличии от резких последующих (припев в треке «Framed», альбом «Revival», 2017 г.) Такое распределение акцентных слов помогает исполнителю привлечь внимание к строчкам, в которых излагается главная мысль, позволяя пропустить те, которые идут фоном.

ТАНЦЕВАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ВЕЛИКОБРИТАНИИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XX ВЕКА

Студ. Жуматий Е.С., гр. СКЛ-217

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Танцевальная культура Великобритании в XX веке стремительно менялась под большим влиянием Америки. В первую половину данного периода танцы привозились больше из Нью-Йорка, нежели, как ранее, из Парижа. Музыка того времени требовала свободы танца. Танцы же прошлого были сильно ограничены, подчинялись строгому этикету и имели четкую структуру. В XX веке танцоры могли высоко поднимать ноги (например, в кабаре) и свободно двигать руками и даже поднимать их над головой, что противоречило более ранним правилам приличия. Наряду с этим из моды ушли громоздкие платья, стесняющие движения. Стиль танца стал более демократичным, что позволяло молодежи очень быстро подхватывать и распространять новые веяния.

Названия танцев звучали как «зоопарк», например, танец рыси, фокстрот и др. Из-за отсутствия конкретизированных движений танец стал похож на простое хождение по залу, качание из стороны в сторону или перебирание ногами в такт музыки. Однако именно это и дало развитие и популяризацию ванстепа и квикстепа. В «ревущие» 1920-е годы сцену взорвал джаз и чарльстон, дошедший до Англии лишь спустя несколько лет. Его черты присутствуют в движениях квикстепа. Одновременно с этим из Парижа пришло аргентинское танго, нашедшее популярность в разнообразных отелях и кафе. В связи с большим свободным временем молодежь обучалась танцу по кинохронике, радио, в танцевальных школах, а после оттачивала мастерство в клубах и танцевальных залах.

Наравне с развитием новых танцевальных направлений в Англии продолжалось возрождение традиционных танцев. Среди деятелей первой половины XX века можно выделить Мэри Нил и Сесил Шарп. Последний внес огромный вклад в восстановление «морриса», его попытки воссоздать стиль Дж. Плейфорда отражены в шести томах исследований; также им был основан центр традиционного танца в Лондоне (Sesil Sharp House). В 1923 году пошло возрождение социальных танцев в Ирландии и Шотландии, а позже было основано общество английского народного танца и песни (сокращенно EFDSS).

Таким образом, в первой половине XX века происходило активное восстановление танцев Англии. Новые направления привозились из-за океана и стали более свободными, чем танцы прошлого.

КУЛЬТУРНЫЙ СЛЕД КЕЛЬТОВ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ

Студ. Кононова А.Д., гр. СКЛ-117

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Современное искусство с легкостью сочетает в себе элементы предшествующих культур, комбинируя и переплетая их, делая доступными для понимания современниками. Тенденции интерпретации кельтских образов в современном кинематографе, прикладном искусстве и литературе обусловлены поиском истоков данной культуры, ведь она почти не оставила после себя письменного наследия. Актуальность исследуемой проблемы заключается в том, что на современном этапе историко-культурного развития снова наблюдается повышенный интерес к различным аспектам древнейших культур, в том числе, кельтской. Наше представление о развитии какого-либо сообщества, обоснованность взглядов и идей зависит от правильной интерпретации изучаемых образов и явлений. Это позволит выявить ретроспективные закономерности и прогнозировать дальнейший процесс развития отдельных аспектов культуры.

Кельтская культура в первую очередь основана на устной традиции, поэтому основными свидетельствами являются сказки и песни, народные обычаи. Основным источником вдохновения для кельтов были силы природы. Так сложилось витиеватое, романтическое кельтское верование: преданность идеалам, суеверие, магия. Основными известными нам образцами кельтской литературы являются знаменитые саги о подвигах Кухулина из Уладского цикла, как, например, «Похищение быка из Куальнге»; романтическое сказание о Тристане и Изольде, легендарные подвиги короля Артура, сказания о Мерлине и множество Ирландских и Валлийских сказаний. Самобытность этой культуры на протяжении многих веков вдохновляла на создание произведений, основанных на кельтских мифологических образах. Достаточно упомянуть «Макбета» У. Шекспира – историю о шотландском короле Макбете, трагедию, завязанную на чрезмерной жажде власти и предательстве, многочисленные рыцарские романы британского цикла, находящие отражение, например, в опере Рихарда Вагнера.

Современные авторы также не обошли стороной кельтскую мифологию, о чем нам говорят такие произведения кинематографа как «Король Артур», фильм 2004 года режиссера Антуана Фукуа, «Тристан и Изольда», фильм 2005 режиссера Кевина Рейнольдса, «Макбет», легендарный фильм 1971 под режиссурой Романа Полански, а также множество сериалов и документальных фильмов. Это еще раз

демонстрирует исключительную важность изучения древних культур, в частности кельтской, как истока современной европейской цивилизации.

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СПАНГЛИША

Студ. Даниелян Э.Г., гр. СКЛ-118

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В конце 1940-х гг. пуэрториканским писателем Сальвадором Тио было введено понятие «спанглиш». В упрощенном смысле это смешение английского и испанского языков, чаще всего используемое населением испано-американского (латиноамериканского) происхождения в США. Однако лингвистический статус этого феномена до сих пор не определен.

Главная особенность спанглиша – кодовое переключение, или переключение говорящего с одного языка на другой язык или диалект и обратно. Такое переключение может быть осознанным или неосознанным. Существуют два основных типа: переключение кода внутри предложения (демонстрирует грамматическую согласованность двух языков при переключении, что указывает на высокий уровень языковой компетенции билингва) и переключение кода между предложениями (предполагает смену темы высказывания с целью смягчить обращение, проявить солидарность, дать комментарий или сменить тон высказывания с формального на неформальный и наоборот).

Другой особенностью спанглиша является частое употребление заимствований, как то, английские лексические единицы, не адаптированные к испанской грамматике; адаптация английских слов к испанской фонологии и орфографии: морфологические изменения имён существительных и прилагательных, глаголов; калькирование выражений.

Выделяются также ассимилированные англицизмы, полностью сохранившие английскую графику, но получившие испанское произношение, они адаптируются фонетически и орфографически путем транскрибирования, и неассимилированные англицизмы, полностью сохранившие английскую графику и фонетику, в том числе и экзотизмы. Стоит отметить, что нельзя отрицать и определенную «моду» на использование англицизмов среди некоторых групп населения.

Будущее спанглиша не определено. Одни ученые считают, что в ближайшие десятилетия употребление испанского языка и его вариантов на территории США будет сокращаться по мере того, как потомки иммигрантов будут адаптироваться к англо-американской системе. В то время как другие уверены, что спанглиш, наоборот, даже укрепит свой статус и добьется легитимности в качестве коммуникационной системы. Более того, в США есть немало сторонников продвижения спанглиша как

диалекта, который, возможно, через несколько десятилетий получит статус официального, как это уже произошло с афроамериканским диалектом.

СЕМИОТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ГАСТИКИ И ОЛЬФАКЦИИ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ И ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Студ. Гришина А.Ю., гр. СКЛ-116

Научный руководитель: доц. Склизкова Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Исследование посвящено семиотическому портрету русско- и испаноязычных культур через призму особенностей восприятия запахов и пристрастий в области пищи. Особое внимание уделяется соотношению гасстики и ольфакции с типом культуры.

Ольфакция – наука, связанная с запахами, их значениями, целями, ценностями и их ролью в коммуникации. Гасстика – наука о знаковых и коммуникативных функциях пищи и напитков, о приеме пищи, о культовых и коммуникативных функциях снадобий и угощений.

Здесь намечены лишь контуры необходимых исследований в области гасстики и ольфакции и не претендует на всеобъемлющий характер.

Запах сложный и трудноопределимый феномен для изучения, однако он играет значительную роль в межкультурной коммуникации, так как может быть фактором и препятствующим, и способствующим общению. В каждой культуре присутствуют свои особые запахи, выступающие доминантными для носителей данной культуры. Связано это с географическими, природными условиями развития той или иной культуры, а также с традициями народов. Существование стереотипов, связанных с определенной культурой, позволяют сформировать общую картину того «чем же пахнут страны».

Сфера гасстики не менее важна, чем религия, литература, мораль. Основу русской кухни составляют два типа хозяйства. Это финно-угорское собирательство и славянское земледельчество. Особенности поваренного искусства, его эволюция в рамках той или иной нации свидетельствуют о национальном характере и его изменении.

Испаноязычный регион, включающий в себя не только Королевство Испания, но и всю Латинскую Америку, относится к полиактивным культурам, где люди ориентированы на построение отношений, нежели на результат. В таких культурах приняты долгие, размеренные трапезы. Кукуруза является ключевым ингредиентом рецептов латиноамериканской кухни.

Анализ семиотического аспекта гасстики и ольфакции в русскоязычной и испаноязычной культурах подтверждает то, что и запахи,

и кулинария наделены культурными значениями и участвуют в общественной жизни, способствуя облегчению идентификации мира и взаимодействия с ним.

МИР РУССКОЙ ДЕРЕВНИ В ТВОРЧЕСТВЕ В.Г. РАСПУТИНА НА ПРИМЕРЕ ПОВЕСТИ «ЖИВИ И ПОМНИ»

Студ. Болдырева Д.Е., СКК-117

Научный руководитель: доц. Береснева Ж.А.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Что же это такое культура и нравы жителей деревни и в чем отличие человека в большом городе и в селе? Насколько сильно окружающая среда влияет на поведение человека, привычки и традиции.

В XXI веке жизнь деревень с каждым днем угасает, их все меньше и меньше. Нашему поколению уже сложно представить самобытную жизнь русской деревни.

В повести Валентина Григорьевича Распутина «Живи и помни» подробно описана жизнь крестьян в маленькой, сибирской деревушке. Само ее одинокое и удаленное месторасположение говорит о замкнутости и закрытости ее жителей, препятствует проникновению всего нового и современного в Атамановку.

В произведении подтверждением вышесказанного является поведение Настены в конфликтной ситуации. Открытого конфликта не происходит, ибо девушка использует такие приемы уклонения от конфликта, как пассивное сопротивление и приспособление.

Не только конфликтные ситуации имеют свои особенности. Общение между жителями деревушки очень тесное и искреннее. Уровень эмпатии по сравнению с представителями других культур выше на несколько порядков. Герои, обладая разными социальными статусами, все же имеют доверительные отношения и ведут себя открыто.

По сравнению с жителями города обитатели села имеют меньшую свободу выбора своего собственного круга общения. Все это ведет к неудовлетворению и неблагоприятной атмосфере во всей деревне. Но, несмотря на такие отрицательные черты деревенского уклада, не стоит забывать о ее положительных чертах.

Подводя итог, хочется подчеркнуть, что деревня и их жители это многогранная и самобытная культура. В данной работе удалось рассмотреть нравы, особенности взаимодействия и поведения крестьян в повседневной жизни, а также сопоставить их с городскими.

**«ДЫША ДУХАМИ И ТУМАНАМИ...»:
МИР АРОМАТОВ И ЗАПАХОВ
В КОНТЕКСТЕ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Студ. Бочарова А.В., гр. СКК-117

Научный руководитель: доц. Береснева Ж.А.

Кафедра Славяноведения и культурологии

Тема запахов и ароматов в культурном пространстве востребована и актуальна в современном мире. Сейчас ее изучение проникло во многие сферы научного знания: биологию, антропологию, психоанализ, социологию, лингвистику, литературоведение, культурологию и пр.

Запах в литературе помимо характеристики персонажа имеет важное значение для «оживления» воспоминаний, как героя произведения, так и читателя. Это связано с «феноменом Пруста» – процессом обретения воспоминаний через запахи. Феномен получил и продолжает получать неисчисляемое количество вариаций у многих писателей и поэтов.

Запах определяет степень утонченности восприятия, и в эпоху романтизма в литературном жанре романа предпринимается попытка тематизации ароматов и связанных с ними психологических состояний персонажей.

Культура запахов широко раскрыта в русской литературе. Этой теме посвящено множество литературоведческих работ. Рассматриваются соотношения ольфакторных стереотипов с ландшафтами, обстановкой, окружающей литературных героев. Так, например, многие интермедии в русской литературе происходят среди благоухающих полей, среди трав и лугов.

Недавно открывшаяся в Российской Государственной детской библиотеке выставка «Дыша духами и туманами...» в своем пространстве освещает тему изучения одоризмов в литературе, позволяет погрузиться в ольфакторное пространство произведений русских авторов. А погружение происходит благодаря тому, что каждый может послушать, например, запах духов «Антоновка», отсылающий посетителей к рассказу И. Бунина «Антоновские яблоки», или же представить себе запах одеколona Павла Петровича Кирсанова из романа И.С. Тургенева «Отцы и дети».

Выставка наглядно иллюстрирует проявление интереса в современном российском обществе к истории ароматов, к ольфакторным пространствам художественных текстов и характеристикам героев, к попытке изучения литературы при помощи наглядной демонстрации связи запахов и текста и популяризации чтения в целом.

ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ ЯПОНСКОЙ АНИМАЦИИ

Студ. Сычева Е.Г., гр. СКК-117

Научный руководитель: доц. Береснева Ж.А.

Кафедра Славяноведения и культурологии

На сегодняшний день, наверное, уже сложно найти человека, который не знаком с понятием «японская анимация» или же «аниме». Основной особенностью японской анимации является ее уникальная рисовка и способы коммуникации со зрителем. В аниме используется символическо-графический язык, который передает эмоции и настроение персонажей. Благодаря различным знакам и символам, используемым в рисовке, персонажи и действия на экране выглядят более живыми и красочными. Также данный метод помогает при общении персонажа со зрителем. С помощью различных символов, смотрящему гораздо легче понять настроение героя и атмосферу аниме в целом.

Особенно интересен просмотр аниме для неяпонцев, так как через японскую анимацию можно больше узнать не только о Японии, но и о менталитете и самом общении японцев между собой. Таким образом, становится известно, что простые знакомые в Японии, как правило, обращаются друг к другу по фамилии, и только близкие друзья и родственники могут называть друг друга по именам. Также немаловажными в общении являются различные приставки, которые добавляются в конце имени или фамилии и указывают на статус, степень близости говорящих и даже пол.

Помимо коммуникации внутри сюжета аниме нельзя не отметить связей временной и межкультурной. Японцы с огромным почитанием относятся к истории своей страны и традициям, поэтому очень часто в аниме можно увидеть отсылки к разным эпохам существования Японии. И речь может идти не только о каком-нибудь историческом явлении, а также об одежде, еде, оружии и т.д. Нередко появляются отсылки к культурам других стран. Например, аниме «Самурай Чамплу» является ярчайшим примером общения между эпохами и разными странами. В нем самураи времен феодальной Японии то носят традиционную одежду, то спортивные костюмы, также упоминаются художники Ван Гог и Эжена Делакруа, а музыкальные заставки аниме-сериала выполнены в стиле хип-хоп.

Таким образом, японская анимация совмещает в себе множества способов общения и передачи информации, а необычная рисовка и графика делают данную анимацию поистине уникальным образцом культуры.

ФРАНЦУЗСКИЕ ТЕРМИНЫ МОДЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ XVIII-НАЧАЛА XIX вв.

Студ. Туганова П.А., гр. СКЛ-218

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

В XVIII-XIX вв. Франция была законодательницей моды, французский язык и культура оказали влияние на многие сферы жизни, начиная от дипломатии и заканчивая модой, стран Европы, в том числе Великобритании.

В Англии французскими словами обозначались предметы женской и мужской одежды, ткани, мебель, духи и даже прически, но пользовались этим только представители высших классов общества.

В женской моде XVIII в. популярны два стиля платьев: *la robe à la française* и *la robe à l'anglaise*. Для платьев предпочитали заказывать ткани *mousseline* или *lingerie* (слова закрепились в английском языке), а вот в нижней одежде носили *reignoir* и *negligé*, носили *manteau* – накидку, так слово прожило в английском до середины XX в.

В то время для утренних нарядов и предметов мебели в спальне давали свои названия: *déshabillé*, *le fauteuil à coiffer*, *la chaise à la reine* и т.д., обозначая их функции для каждого определенного случая. Так же придумывали названия причесок. Образованные люди использовали подобные слова без перевода, что говорило, во-первых, об иностранном происхождении самих предметов, во-вторых, о том, что слова родного языка по каким-то причинам воспринимались не соответствующими для использования в конкретных разговорных ситуациях.

Мода Старого режима, а потом Революции сменилась стилем *empire* при Наполеоне I. Дамы носили легкие рубашки *chemise*, эта форма восходит к образам Древнего Рима. В этот период появился первый прототип современного женского бюстгальтера – *brassière*, теперь же – *bra*. Дикарский стиль (*mode à la sauvage*) продержалась до 1815 г.

В 1830-е гг. возвратились более к пышным платьям и в моде появились рукава *gigot*, косынки *fichu* и берты. В мужской моде были снова популярны *les culottes* и прическа *le coq*, напоминающая петушиный гребень.

Многие слова вышли из обихода, просуществовав в английском языке несколько десятилетий. Но некоторые закрепились в английском словаре и по-прежнему носят схожий лексический смысл. Скоротечность моды, а также ориентация на национальное производство, политика протекционизма в XIX в., и то, что англичане сами производили модные изделия, не завися от французской моды, повлияли и на формирование

словаря моды. Для XIX в., наоборот, характерно уже проникновение английских модных терминов во французский язык.

МЕДИЦИНСКИЙ СЛЕНГ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Студ. Лазарян А.К., гр. СКЛ-218

Научный руководитель: доц. Дворниченко Е.В.

Кафедра Лингвистики и межкультурной коммуникации

Часто, попадая в различные компании, мы не понимаем некоторые слова или выражения, которые мешают разобрать смысл всей речи в целом. Данные «неведомые» нам единицы называются сленгом. Употребление сленга характерно для людей различных возрастных и профессиональных групп. Исключением не являются и медицинские работники.

Сленг принято делить на общий и специальный, то есть используемый представителями определенной сферы деятельности или профессии, например, юридический или медицинский. Медицина – многокомпонентный и очень сложный вид профессиональной деятельности, с которой сталкиваются абсолютно все люди, поэтому язык медиков интересен для изучения.

Существуют различные способы образования медицинского сленга, такие как профессиональные аббревиатуры (Magnetic resonance imaging (MRI) – магнитно-резонансная томография (МРТ)), сокращения (например, flu от influenza, аппу от appendectomy (причем сокращения характерны больше для английского сленга), а также наименования, которые дают медицинские работники пациентам либо своим коллегам (анестезавры, т.е. анестезиологи) и banana (пациент с желтухой)), используемые в неформальной коммуникации внутри профессиональной среды.

Можно отметить, что распространенность медицинского сленга в двух языках не одинакова. Английский язык охотнее принимает новые слова, тогда как русский язык реже использует бытовые, разговорные сокращения или окказиональные слова. Но и в целом английский язык отличается большей распространенностью сленга по сравнению с русским. Применение профессиональных сокращений одинаково в обоих языках, что связано с удобством их использования во время осуществления профессиональной деятельности.

Почему же медицинские работники, употребляют сленг в своей речи. Во-первых, для «кодирования» некой информации, о которой не стоит знать посторонним людям. Во-вторых, для придания речи доли юмора и, как следствие, уменьшения напряженности в процессе общения на рабочем месте. В-третьих, для экономии времени, так как медицинская терминология часто длинна и трудновоспроизводима. И, конечно, важно

учитывать, что работа медиков сложная и ответственная, а использование сленга помогает им до некоторой степени отстраниться от неприятных аспектов рабочей деятельности.

К ИСТОРИИ НАЗВАНИЙ МОРЕЙ ИЗРАИЛЯ

Студ. Алмаева П.С., гр. АМФЗ-116

Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Изучение гидронимов дает не только географическую информацию, но и культурно-историческую, лингвистическую, социальную. В данной работе рассмотрены названия трех морей Израиля (хотя сами израильтяне всегда говорят о четырех, считая озеро Кинерет (Тивериадское) тоже морем).

Самое необычное из морей Израиля – это Мертвое море. Упоминание о нем встречается во многих языках с различными названиями, каждое из которых отражает его особенности. И даже в иврите они разнообразны: 1. ים המלח «Соленое море». Это самое раннее и известное название впервые появляется в Танахе. Море получило его из-за высокого содержания соли. 2. ים המерт «Мертвое море» Во времена римлян иудеи дали ему такое название, поскольку их поражал факт того, что в нем не было живых существ. 3. ים המוות «Море смерти» Это название связывают с легендой о рыбе, которая, плывя в потоке Иордана, попадала в море и погибала там от высокой концентрации соли.

Следующее по своей уникальности – Красное море (הים האדום). Существуют несколько версий происхождения его названия. Первая версия объясняет происхождение от неправильного прочтения семитского слова, состоящего из 3 звуков: х, м и р, вероятно, при расшифровке арабами южноаравийских надписей сочетание х, м, р восприняли как арабское «áхмар» (красный). Другая версия ставит название моря в зависимость от части света, слово «красный» указывает на южное месторасположение моря, а вовсе не на цвет морской воды. Согласно еще одной версии, море было названо так из-за сезонного цветения микроскопических водорослей. Существует версия, что название является нарушением имени, данного этому морю крестоносцами. Они назвали его Reed sea (тростниковое), что означает ים סוף (одно из названий моря). Утверждается, что название было перепутано и в какой-то момент стало Red sea – Красное море.

Самое крупное море на территории Израиля – Средиземное море (הים התיכון). В древних сирийских текстах, финикийских эпосах и еврейской Библии оно было, в первую очередь, известно, как «Великое море» הים הגדול, также называлось «Последнее море» – הים האחרון. Из-за своего

расположения иногда переводилось как «Западное море» הים המערבי. Другим названием было «Море филистимлян» ים פלישתים (по названию народа, населявшего большую часть его берега). Современное название совпадает с названиями моря в древнегреческом (Mesogeios), латинском (Mare internum), современных европейских и ближневосточных языках.

ИСТОКИ ИЗРАИЛЬСКИХ ФАМИЛИЙ

Студ. Асланян Л.С., гр. АМФЗ-116

Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Центральным бюро статистики Израиля были опубликованы данные по фамилиям за 2016-2018 год. Предлагаемый список состоит из более 50 000 фамилий с указанием количества людей, носящих их в Израиле. Отдельно указаны 100 наиболее распространенных, например, Kohen, Friedman, Peretz, Brick, Mintz и др. Проанализировав данные статистического бюро и рассмотрев наиболее распространенные израильские фамилии, можно проследить историю происхождения израильских фамилий и их истоки. Приведем некоторые примеры.

Израильские фамилии-аббревиатуры образовывались от имени или прозвища родоначальника, часто раввина или духовного учителя, а также отца. Такие фамилии являются производными от патронимов. Многие такие патронимические фамилии начинаются с «Бахар-», «Бар-» или «Бр-». Пример: Брик (сын рабби Иосифа Коэна). Это сокращение от «бен-рабби», что означает «сын раввина». Небольшая часть матронимических израильских фамилий образована с помощью немецкого постфикса «-Sohn» (в русской транскрипции -сон/-зон), то есть «сын», или форманта «-кинд» («дитя»), например, Соринсон от имени Сора (Sara).

Большинство израильских фамилий отражают характеристики, свойства характера или внешние черты носителей, то есть предков. Например, такие известные израильские фамилии, которые встречаются у израильтян-потомков изгнанников из Испании, как Альбо («белый»), Буэно («хороший», «добрый»), Калладо («тихий»), а у евреев арабских стран – такие, как Лашкар («светловолосый», так же можно сказать о рыжеволосом), Абулафия («обладающий крепким здоровьем»), Заири («низкорослый»), Тауиль («высокий»), Абу-Кайя («со шрамом от ожога»).

Также большое количество израильских фамилий были образованы и связаны с профессиональной деятельностью предков в религиозных общинах и не только. Среди них (в переводе с иврита) – Макар («мекаддеш ришон» – «благословляющий первым»), Шуб («шохэт уводэк» – «резник, проверяющий кошерность мяса»), Шур («шохэт вэ-рав» – «резник и раввин»), Шац («шлиах-циббур» – «посланник общины») и многие другие.

И наконец, первые еврейские топонимические фамилии, а в дальнейшем и израильские были образованы от названия городов и провинций, где проживали их носители. Примеры: Минц (от названия г. Майнц), Бахрах (от названия г. Бахарах), Ландау (город в германской провинции Пфальц), Ауэрбах (город в Баварии).

ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ БРИТАНСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Студ. Бенькин М.С., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Крутова Ю.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Не секрет, что у английского в Британии и английского в США есть ряд различий. В данном исследовании акцент был сделан на лексических и грамматических различиях, потому что именно в этих пластах языка обнаруживается больше всего расхождений. Различия в лексике британского и американского английского затрагивают, в основном, слова, появившиеся в XIX – середине XX веков. Следует отметить те случаи, когда в британском и американском употреблении противопоставляются друг другу разновидности одного слова. Отдельно выделяются слова, отличающиеся по своим словообразовательным аффиксам, но одинаковые по своему лексическому значению. В Британии первый этаж называют *ground floor*, только затем идет *first floor*. В Америке же первый этаж называют *first floor*. Обращаясь к фразеологизмам, можно обнаружить, что ряд распространенных в Америке фразеологизмов – варианты британских фразеологизмов с небольшими лексическими расхождениями. Кроме того, еще одним отличием американской лексики от британской является склонность жителей США обозначать целый класс предметов или явлений одним словом этого класса.

Грамматические различия. Говоря о событиях в прошедшем времени, британцы будут использовать времена *Past* или *Present Perfect*, американцы же, упрощая конструкцию, используют *Past Simple*. В американском английском третья форма неправильного глагола *get* может быть выражена двумя способами: *got* и *gotten*, в то время как в британском варианте грамматически правильно будет использовать только *got*. Также различается употребление глаголов в прошедшем времени. Британцы в некоторых случаях могут обозначить прошедшее время двумя способами: *learned – learnt*, *burned – burnt*, *dreamed – dreamt*. Американцы в свою очередь используют только окончание *-ed*. Некоторые неправильные глаголы британского английского являются правильными в американском варианте. Кроме того, в американском английском собирательные

существительные обычно используются в единственном числе, а в британском варианте возможен вариант использования таких существительных как во множественном, так и в единственном числе.

Несмотря на большое количество отличий, между американским и британским вариантами английского языка обнаруживается больше сходжений, чем противоречий.

СЕМАНТИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ АНТРОПОНИМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XIX века НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА Ч. ДИККЕНСА

Студ. Борщенко А.С., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: преп. Ставцева С.Е.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Данная работа затрагивает важную тему изучения антропонимов в художественных произведениях. Актуальность исследования заключается в особенностях семантики говорящих имён собственных в литературе. Дело в том, что, в отличие от антропонимов в реальной повседневной жизни, которые выполняют в основном идентифицирующую функцию, то есть закрепляют за человеком то или иное обозначение, антропонимы в литературе часто выполняют еще и экспрессивно-стилистическую функцию, то есть описывают характер и те или иные признаки персонажа. Стилистическая функция некоторых литературных антропонимов выходит в произведении на первый план. Также подобные имена могут указывать на социальный статус, национальность или определять место действия и время. Таким образом, благодаря культурно специфическим элементам они играют важную роль в композиции произведения.

Теоретическую базу доклада составили труды А.В. Суперанской, Т.И. Вендиной и Ермолович Д.И. Материалом исследования послужили художественные тексты английского писателя XIX века Ч. Диккенса.

Цель данной работы – провести семантический анализ имён собственных на примере произведений Ч. Диккенса, в частности «Оливер Твист» и «Посмертные записки Пиквикского клуба». Анализ имён героев в полной мере раскрывает художественный замысел изучаемых произведений и помогает раскрыть образы персонажей.

МИФОНИМЫ В ТРИЛОГИИ ДЖ.Р.Р.ТОЛКИНА «ВЛАСТЕЛИН КОЛЕЦ»

Студ. Галкина А.Ю., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: ст. преп. Коцик А.В.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Мифоним – это имя вымышленного объекта, который встречается в художественных произведениях, особенно в жанре фэнтези. Мифонимы делятся на мифоантропонимы (имя собственное человеческого существа); мифотопонимы (собственное имя любого географического объекта); мифозоонимы (собственное имя животного); мифоперсонимы (имя героя, относящегося к другой расе) и так далее.

Перевод данной группы слов на другой язык является сложной переводческой задачей, требующей особого внимания, поскольку любая ошибка способна привести к недоразумениям и даже к дезинформации.

Известно около 10 русскоязычных переводов трилогии ДЖ. Р. Р. Толкина «Властелин Колец». Сам Дж. Р. Р. Толкин был против перевода имен собственных, поскольку считал, что это уничтожит весь английский колорит данного произведения. Поэтому он написал свое «Руководство по переводу имен собственных из "Властелина Колец"».

Наиболее интересными в плане переводов мифонимов оказались переводы Н.В. Григорьевой и В.И. Грушецкого, В.А. Маториной, М.В. Каменкович и В. Каррика.

В данной работе исследовались переводы имен собственных и прозвищ главных героев, как положительных, так и отрицательных. В разных переводах трилогии ДЖ. Р. Р. Толкина «Властелин Колец» имена Baggins, Samwise Gamgee, Aragorn, Gandalf; прозвища Strider, Ring-bearer, Gollum, Wormtongue, BlackRiders и другие, естественно, звучат по-разному. Например, мы можем встретить такие переводы фамилии Фродо, как Бэггинс, Торбинс и Сумникс. Кроме того, прозвище Арагорна, Strider, мы можем перевести, как Колоброд, Бродяжник, Бродяга-Шире-Шаг.

По результатам исследования было выведено, что при переводе того или иного мифонима следует учитывать несколько факторов:

Оним всегда должен нести некую смысловую нагрузку, которая сможет рассказать нам о социальном положении героя, возрасте, национальности, о какой-нибудь отличительной черте его характера или поведения.

Необходимо помнить и об окружающей писателя среде и уровне ее общего развития и интересах.

Перевод мифонимов очень сложный, но и очень интересный процесс, требующих обширных фоновых знаний и сведений об авторе и его творчестве.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ЕДА» В СОВРЕМЕННОМ ИВРИТЕ

Студ. Георгиевская Е.А., гр. АМФЗ-116
Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.
Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Лингвистами давно предпринимаются попытки разделить лексику на различные категории, классы и разряды. Наибольший интерес вызывает классификация слов, основанная на семантическом принципе. Теория лексико-семантического поля является одним из важнейших достижений современных семантических исследований. В соответствии с этой теорией, мы понимаем, что слова в языке можно структурировать несмотря на то, что их число очень велико.

Значения слов в одном семантическом поле взаимозависимы. Таким образом, чтобы определить значение определенного слова, мы должны знать о его связи с другими словами и его положение в семантическом поле.

Теория семантического поля может обеспечить теоретическую базу для пополнения словарного запаса. Преподаватели могут использовать теорию лексико-семантического поля, чтобы помочь учащимся в изучении словарей и улучшить готовность учащихся к обучению.

Тема приема пищи актуальна на любом историческом этапе существования человека. Лексические единицы этого поля, входя в основной словарный запас языка иврит, активно используются в разговорной речи носителей языка, но их стилистическое разнообразие и речевые преобразования затрудняют их восприятие, что доказывает необходимость изучения и анализа данного лексико-семантического поля.

В рамках данной работы было проведено исследование и классификация единиц языка иврит, входящих в лексико-семантическое поле с общим значением «еда», также была произведена выборка анализируемых ивритских единиц из словарей, определены состав и структура лексико-семантического поля «еда», предложены способы организации лексических единиц языка иврит. Был предложен способ организации лексических единиц поля «еда» («אוכל»), в котором было выявлено 8 микрополей: «Первые блюда» («מנות ראשונות»), «Вторые блюда» («מנות עיקריות»), «Салаты» («סלטים»), «Десерты» («קינוחים»), «Фрукты» («פירות»), «Овощи» («ירקות»), «Хлебобулочные изделия» («מוצרי לחם»), «Молочные продукты» («מוצרי חלב»). Данные поля максимально охватывают гастрономические предпочтения израильтян.

ОСОБЕННОСТИ ПОЭТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА

Студ. Дебердеева З.Р., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: ст. преп. Коцик А.В.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Художественный перевод – важный элемент культуры, позволяющий ознакомиться с великими творениями иноязычных литературных деятелей. Именно поэтому тема особенностей художественного перевода, а в частности поэтического, остается актуальной с давних времен и по сей день.

Комплекс особенностей перевода различается в зависимости от жанра. В первую очередь необходимо четко понимать отличия перевода прозы от поэзии. Помимо более строгой композиционной структуры, сложности сохранения жанра и значительно более важных ролей ритмики и фонетики, поэтический перевод отличается от прозаического еще и фокусом на построении образов, а не сюжета. Ввиду образности поэтического жанра, переводы его также сильно подвержены субъективизации изображения, что усложняет работу.

Различают три вида перевода лирики: прозаический, поэтический и стихотворный. Последний наиболее приближен к оригиналу. При переводе лирики нечасто перевод художественных приемов, играющих огромную роль в образности произведения, представляет проблему. Для детального ее изучения в работе рассматриваются стихотворение О.Э. Мандельштама «Невыразимая печаль» и три его перевода на английский язык – перевод Роберта Трейси, Джеймса Грина и Тамары Казаковой. Каждый из них по-своему передает настроение, созданное автором, по-особенному интерпретирует оригинал и в разной степени приближается к нему. Самый удачный перевод принадлежит Т. Казаковой, сумевшей сохранить ритмику и рифму, а также наиболее точно воплотить все художественные приемы уже на английском языке, полностью передав настроение, заданное автором подлинника.

Таким образом, на примере изученного материала, можно сделать вывод, что поэтический перевод является сложнейшим из всех видов и полностью зависит от мастерства переводчика, который, и сам должен обладать поэтическим талантом, чтобы максимально приблизить читателя к автору.

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ В МЕМАХ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Студ. Евпалова П.Д., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Юзефович И.В.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Интернет принято рассматривать как особое информационное, психологическое, социальное и лингвистическое пространство, в котором сохраняется и множится огромное количество информации. Специфика этого пространства и коммуникации внутри него определяется широтой распространения любого контента практически моментально. Так, говоря об общении внутри сети, нельзя не отметить, что «виртуальная языковая личность крайне креативна в выборе и использовании лингвистических средств общения» и нередко какое-либо высказывание может стать вирусным или по-другому – меметичным.

Главным объектом исследования стало явление, появившееся относительно недавно и произошедшее именно от площадок коммуникации в интернете – интернет-мем (в работе будут проанализированы мемы на английском языке). Однако невозможно не отметить мем как особое языковое средство, которое при этом имеет поведенческие проявления. Этим словом обозначают эффект, при котором некая информация спонтанно распространяется в речи и интернет-среде посредством «тиражирования» всеми доступными методами (с помощью электронной почты, посредством живого общения и коммуникации на форумах и чатах, через личные сообщения, звонки, телевидение и пр.).

Работа посвящена выявлению и системному описанию литературных средств, употребляемых в текстовой стороне этой культурной информации. Актуальность данной темы связана, прежде всего, с проблемой восприятия и усвоения подобного рода контента в общении. Интересно отметить, что не всегда содержательная сторона текстовых и речевых мемов может быть понятна пользователю, а основная цель этого явления – донести какой-либо вполне определенный смысл. Именно в этой связи мы можем обозначить использование художественных средств выразительности и приемов в мемах, как одну из наиболее актуальных тем в области исследования языка, особенно в интернет пространстве. В работе поясняется то, какие конкретно средства художественной выразительности позволяют сделать текст мема наиболее доступным, какие тропы имеют наибольшую популярность и какая существует связь между литературными приемами и содержанием мема. Кроме того, анализируется связь между англоязычным и русскоязычным мемом.

КОЛЕСО ГОДА

Студ. Капленко М.В., гр. АМИКС-117

Научный руководитель: ст. преп. Коцик А.В.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Кельты – это предки современных ирландцев, бретонцев, валлийцев и шотландцев. В первом тысячелетии до нашей эры кельты занимали территорию от Ирландии до Чехии. На сохранившихся об их культуре знаниях было основано Кельтское Колесо года – цикл языческих праздников, каждый из которых знаменует изменения в природе, переход из одного состояния в другое. Схожие праздники существовали во многих европейских культурах до прихода христианства, например, славянский день Ивана Купала во многом совпадает с Литой, а Масленица с праздником Имболк. В Европе некоторые традиции были сохранены, хоть и утратили первоначальный смысл. Например, дарение подарков и украшение деревьев на Рождество берут начало в обычаях празднования Йоля.

В настоящее время праздники колеса в чистом виде отмечаются викканами (это неоязычники, последователи культа Викки, строящегося на поклонении природе и вобравшего в себя многие дохристианские учения, в числе прочего, и кельтские) и реконструкторами (людьми, воссоздающими исторические события). Проходят и тематические фестивали, к примеру, в Москве, в клубе Гластонберри, уже несколько лет в ночь Самайна проходят концерты кельтской музыки и танца. Праздники: Имболк (Imbolc) – 1-2 февраля – Первое дыхание весны; Остара (Ostara) – весеннее равноденствие, 21-22 марта, Середина весны; Белтайн (Bealtaine) – ночь с 30 апреля на 1 мая, Начало лета, время истончения границы между потусторонним миром и миром людей; Лита (Litha) – летнее солнцестояние, 21-22 июня, Середина лета, пик светлой половины года, самый длинный день в году; Ламмас/Лугнасад (Lughnasadh) – 1-2 августа, Первый урожай, начало осени; Мабон (Mabon) – осеннее равноденствие, 21-22 сентября, Середина осени, пик сбора урожая; Самайн/Самуи (Samhain) – ночь с 31 октября на 1 ноября, Праздник последнего урожая, день смерти, подведения итогов; время истончения границы между потусторонним миром и миром людей, предок современного Хэллоуина; Йоль (Yule) – зимнее солнцестояние, 21-22 декабря, Смерть и возрождение Солнца, праздник тесно связан с современным Рождеством.

ОСНОВНЫЕ АКЦЕНТЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Студ. Кашина К.В., АМФЗ-118

Научный руководитель: доц. Крутова Ю.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

На сегодняшний день можно сказать, что весь мир говорит на английском языке, его диалекты, существующие во многих частях света, разнообразны по своему фонетическому, грамматическому и лексическому строю языка. Рассмотрим наиболее распространенные акценты английского языка, например, аристократический акцент (the posh accent). Слово *posh* имеет перевод «элитный». Данный акцент является престижным вариантом произношения и языком высших слоев общества. Примером может послужить речь королевских особ и дикторов Би-Би-Си.

Уэльский акцент отличается мелодичностью, люди, говорящие на нем, произносят фразы как будто нараспев. Он подвержен влиянию уэльской грамматики и включает в себя слова, придуманные местными жителями. Например, *Where to'sit? = Where is it? - Где это?*

Шотландский акцент будет иметь отличия в зависимости от региона. Например, *“I'm going to take the baby to the river for a picnic”* («Я отведу ребенка на пикник к реке») на западе прозвучит, как *“Um gunny tak the wee'un ta the rivur fe a picnic”*, а на востоке будет звучать – *“Ah'm gonny teak the wee bairn te the riv'r fr a picnic”*. Для этого акцента характерно отсутствие дифтонгов, предложения произносятся бегло, гласные и согласные «проглатываются».

Акцент кокни – это акцент рабочего класса малопрестижного Восточного Лондона. Основной особенностью кокни является округление дифтонга /ai/, который произносится как /oi/, например, слово *find* прозвучит как /foind/. Еще одной особенностью кокни является рифмование слов. Английское «easy» на языке кокни будет звучать не иначе как «Easy peasy lemon squeezy».

Говоря об американском английском, следует сказать о его фонетических особенностях: звук /æ/ в словах типа *class, ask, dance*, который заметно отличается от стандартного английского произношения. Внутри этого диалекта необходимо упомянуть южно-американский английский, который в свою очередь отличается произношением звуков, особыми сокращениями и использованием местных идиом. Например, выражение *y'all* (от *you all* – «все вы»). Основным отличием в нью-йоркском акценте является нестандартное произношение: *talk* – /tawk/, *want* – /wan/, /morning/ – /mawning/.

Язык является живой материей, на которую оказывают влияние огромное количество исторических, географических и социальных факторов, и английский с его диалектами – яркое тому подтверждение.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕННЫХ ТЕКСТАХ

Студ. Кирилина Н.Ю., гр. АМФЗ-117
Научный руководитель: доц. Крутова Ю.А.
Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Стилистический прием – это целенаправленное использование языковых явлений, тропы и фигуры речи. Средства лексической выразительности, фигуры речи используют для придания вспомогательных значений, чувств и идей. Стилистические приемы часто обеспечивают акцент, оригинальность и ясность выражения. Полное значение слова включает в себя как словарное определение, так и ассоциации, которые слово принимает в конкретной фразе. Поэтому важный метод анализа стихотворения или текста песни состоит в том, чтобы взглянуть на строфу и понять организацию произведения, его структуру и звуковой состав. Поэтические тексты также выражают смысл через свои отличительные и общие формы музыкального структурирования: рифмы, рефрен. Рифма – это музыкальное устройство, которое использует гласные звуки, рифмующиеся с помощью аналогичных конструкций. Рефрен – музыкальный прием из одного слова или нескольких слов, которые регулярно повторяются в стихотворении. В песне это называется припев, так как эта часть песни неоднократно повторяется. Каждое слово в музыкально-поэтическом тексте тщательно выбирается из-за значения или звучания. Посредством использования музыкальных устройств поэт может придать смысл и эмоцию слову, фразе или всему стихотворению. Следование закономерностям в звуке или ритму музыки интригует человеческое воображение.

Стилистические приемы помогают понять глубину художественного текста. А анализ текстов популярных групп прошлых лет дает представление об их огромном влиянии на современную музыку.

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ПЕСЕН НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Студ. Кирьянова А.И., гр. АМФЗ-117
Научный руководитель: доц. Батуева А.А.
Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Песни имеют большое значение в жизни человека, а особенно молодежи, которая является главным потребителем музыки. Современные музыкальные произведения является частью массового музыкального искусства, что в достаточной мере обуславливает содержательные и

лексические особенности текста. Язык, будучи элементом культуры, отражает все происходящие в ней изменения. При этом если элитарное искусство соотносится с литературным языком, то искусство массовое – с его упрощенным, просторечным вариантом. Именно использование просторечий отличает тексты большинства современных песен от текстов литературных. Еще одно отклонение от нормы литературного языка в текстах песен – использование очень большого количества ненормативной лексики.

Кроме того, авторы англоязычных песен порой намеренно нарушают грамматические нормы в своих произведениях. Они это делают для того, чтобы добиться большего сходства с разговорной речью и улучшить звучание произведения. Очень часто в текстах англоязычных песен можно наблюдать такое явление как разговорные сокращения. Пропуск окончаний в словах часто встречающееся явление в песнях. Последние звуки в некоторых словах как бы проглатываются, что также характерно для небрежной разговорной речи. На письме вместо пропущенных букв ставится апостроф ('). Наиболее часто допускаемая грамматическая ошибка в англоязычных песнях – нарушение грамматической нормы «плохая грамматика». Для усиления часто используется двойное отрицание, двойное указание на грамматическое время, пропуск личных местоимений в начале предложений, употребление местоимений в неправильной форме, усиление степеней сравнения прилагательных с помощью дополнительных неправильных форм, неправильные глагольные формы в условных предложениях, употребление лишних слов, например, предлогов там, где они обычно не ставятся, нарушение согласования между подлежащим и сказуемым.

Таким образом, можно сделать вывод, что особенности разговорной речи ярко проявляются в текстах современных английских песен. Это помогает достичь мелодичности и ритмичности в песнях, а различия в некоторых приемах у каждого из исполнителей способствует раскрытию авторского замысла, подчеркивает его неповторимость и индивидуальность.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ СКАЗОК

Студ. Козлова Д.В., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Батуева А.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Актуальность темы исследования заключается в интересе людей разных возрастных категорий к сказкам во всем мире. Сказки являются немалой составной частью культуры народа, в которой отображается его

история, обычаи, традиции и знания людей. Сказки окружают человека с самого детства и закладывают в нем некий фундамент базовых знаний, представлений, непосредственным образом влияют на формирование его самосознания, а также знакомят с теми или иными жизненными ценностями.

В качестве теоретического материала данного исследования послужили работы «Морфология волшебной сказки» В.Я. Проппа, «В мире русской и английской народной сказки» Козакова И.Н. и «Английские народные сказки» Александрян В.Т., Верхогляд В.А. Практическим материалом послужили тексты фольклорных сказок.

Жанровое своеобразие английских народных сказок внешне очень напоминает разновидности сказок русских, однако, внутренние различия оказываются определяющими. Сказки Соединенного Королевства насыщены различной информацией, красота волшебства и сказочности заменяется сухостью текста и набором фактов. «Сказки у англичан более реалистичны и будничны, они больше похожи на поучительные истории с печальным концом в большинстве случаев». Часто в сказке идет изображение ситуации, после которой никакой развязки не происходит. Основная тема английских сказок – это уклонение от невезения. Все усилия действующих лиц направлены на избегание неудачи и провала. Нужно обратить внимание, что деятельность действующего лица таких сказок определена внешними условиями: долг, обещание, клятва и др. В сказках Великобритании тема жадности власти и успеха представлены меньше всего».

Примечательно для английских сказок то, что далеко не все они начинаются с традиционного зачина «ones», «ones lived» и «ones upon a time (there was...)». Иногда сказка начинается с описания главного героя. Для характеристики действующих героев используются следующие эпитеты: poor, stupid, silly, strange, ugly. В английских сказках можно обнаружить пословицы и поговорки, что позволяет лучше узнать культуру страны, увидеть мудрость народа. Сказочную атмосферу придают многочисленные эпитеты, гипербола, повторения, аллитерация, графоны, игра слов и многие другие лингвистические приемы.

РУБРИКАТОР ГАЗЕТЫ НА ЛЕГКОМ ИВРИТЕ «שער למתחיל»

Студ. Крючкова Д.А., гр. АМФЗ-116

Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

«שער למתחיל» – новостная газета, контролируемая израильским Министерством образования и редакцией «ידיעות שורות» – самой большой редакцией в стране. На протяжении многих лет газету выпускали с

актуальными новостями, играми, полезной информацией для репатриантов и рассказами израильских писателей – все это на простом и стандартизированном иврите с огласовками. «שֵׁנָה לַמַּחֲלֵיל» дает уникальный учебный опыт, который невозможно достичь с помощью учебника. Хорошо проработанная композиционная модель газеты помогает читателю ориентироваться в номере, каждая рубрика имеет свою тему – политика, спорт, культура и т.д. В основном, газета направлена на интерес читателей к Израилю, а главное – изучению языка иврит. Каждая рубрика «שֵׁנָה לַמַּחֲלֵיל» – очень яркая, на одной странице можно прочесть о жизненных проблемах молодежи, детей. Тема, затрагивающая проблемы семьи особо может помочь родителям, которые только переехали в Израиль вместе с детьми. Рубрики, посвященные искусству, повествует о современных художниках, выставках и галереях. В конце каждого номера есть небольшой тест или кроссворд, чтобы читатели смогли не только изучить язык, но и развлечься после прочтения статей. Газета очень яркая, в основном преобладает синий цвет, что может привлечь читателей не только к содержанию, но и к красивому оформлению.

Еженедельник актуален и «разговаривает» с читателями, потому что в газете есть отдельная рубрика, где публикуются письма, которые люди посылают в редакцию, что позволяет объединить всех читателей. Газета получает свежую информацию, обновляется каждую неделю и предлагает широкий спектр тем – для детей и взрослых. Также существуют отдельные рубрики для продвинутых читателей, которые позволяют людям иметь двустороннее соединение с газетной системой, публикуя ответы и мнения в разделе «Читатели пишут».

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК СТУДЕНТАМ НЕПРОФИЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ-ФИЛОЛОГОВ

Маг. Ксенофонтова С.Б., гр. МАГ-Ф-118

Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

В настоящее время необходимость в экономическом образовании, в экономической культуре всех граждан России не подлежит сомнению. Дисциплина «Экономика» читается в российских вузах студентам всех направлений. Для студентов непрофильного обучения данный предмет дается нелегко, и возникает вопрос о методах преподавания и содержания курса. На сегодняшний момент сложилась такая ситуация, когда учебный курс экономических дисциплин для «неэкономистов» зачастую дублирует

учебный курс для экономистов, в лучшем случае лишь немного его упрощая, что затрудняет освоение необходимых компетенций.

Для решения данной проблемы представляется возможным предложить следующее.

Создавать необходимую учебную и учебно-методическую литературу.

В содержании учебного курса большую часть посвятить разделу «Микроэкономика».

На лекции выделять не более 25 % учебного времени.

При проведении практических занятий использовать такие формы как тренинги, решение ситуационных задач, деловые игры, конспектирование и правильное толкование нормативных документов.

Отрабатывать профессиональные компетенции в процессе обучения, например, студентам-филологам написать эссе, провести интервью, составить диалоги, дидактические материалы для опроса на темы курса.

Проводить тренинги по двум основным направлениям: как стать успешным в своей профессии и как правильно распоряжаться своими финансами.

Организовывать круглые столы с приглашением гостей-филологов, добившихся успехов в своей профессии.

Написать реферат, используя межпредметные связи, например, «Отражение в литературе (отечественной или зарубежной) XIX века отрицательных последствий конкурентной борьбы».

Это лишь неполный перечень мероприятий, необходимых для того, чтобы дисциплина «Экономика» на непрофильных направлениях подготовки была не только максимально понятной и доступной, но также и интересной.

ФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Студ. Лисина М.В., гр. АМФЗ-115

Научный руководитель: доц. Батуева А.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

При создании коммерческой рекламы прибегают к использованию различных языковых средств, влияющих на нашу оценку товара или услуги. Анализируя язык коммерческой рекламы, необходимо обращать внимание не только на стилистику, синтаксис или лексику. Фонетические приемы также являются важной составляющей рекламного текста.

Нужно понимать, что смыслом обладают не только слова, но и звуки. Хотя на сегодняшний день эти непосредственные связи между звуком и смыслом с трудом поддаются объяснению, но они ощущаются и

обладают общезначимостью. Так, например, рокот, мощь, сила, решительность и мужество часто ассоциируются со звуком [р], плавность, женственность и тягучесть с [л], нудность с [н] и т.д.

Анализ показал, что в рекламных текстах средств по уходу за волосами иногда прибегают к использованию аллитерации и ассонанса, также встретился пример аллитерации.

Созвучие и рифма – фонетические приемы, которые также помогают достичь одну из целей рекламного сообщения – запоминаемость и, как следствие, узнаваемость. Созвучие является эффективным способом облегчения восприятия рекламного текста.

Следующим фонетическим приемом является ритм. Он подразумевает собой сочетание ударных и безударных слогов, чаще всего в слогане, делает его более гармоничным. Ритм, также как, и созвучие, улучшает запоминаемость.

Каламбур особенно часто используется в русскоязычной и англоязычной рекламе, так как он позволяет привлечь внимание читателей. Нарушение общепринятых и речевых норм лежит в основе языковой игры. Как правило, все необычное люди замечают гораздо охотнее.

Проанализировав рекламные тексты косметической продукции, можно сделать вывод, что созвучие, аллитерация/ассонанс и каламбур наиболее популярны в данных текстах. Созвучие повышает уровень запоминаемости. Более того, данный прием преподносит информацию в более интересной форме, также как и каламбур. Игра слов привлекает внимание читателя. Аллитерация и ассонанс влияют на ассоциативный ряд читателя, что позволяет усилить степень воздействия рекламы. Рифма не встретилась в корпусе рекламных текстов ни разу.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ АМЕРИКАНСКИХ МЮЗИКЛОВ

Студ. Платонова И.Д., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Батуева А.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Каждое искусство театрального направления обладает своими особенностями. Наиболее яркий жанр на театральной сцене на сегодняшний день – это мюзикл. Родина мюзиклов – США, а значит, они являются важной составляющей культуры этой страны. Юмор, традиции и другие аспекты жизни отражаются в текстах произведений.

Одна из основных черт мюзиклов – конфликт (коллизия), который всегда лежит в основе построения сюжета. А любой конфликт всегда подразумевает экспрессивность в той или иной степени. Часто употребляются слова, которые выходят за рамки литературного языка. В

связи с этим, такая лексика почти всегда воспринимается зрителем как особо отмеченная, выделяющаяся на общем нейтральном фоне и подчеркивающая эмоциональность произведения.

Речь и манера говорить отличают героев друг от друга, а стилистические приёмы помогают передать характер и их настроения. Для текста мюзиклов характерно большое количество таких приемов. В текстах мюзиклов можно заметить немало обращений, чаще они показывают любовь и уважение героев друг к другу, так, например в диалоге с Эммой (мюзикл «Jekyll and Hyde») её отец начинает с обращения: Emma, don't you understand, It's you I am concerned for. Дальше она неоднократно обращается к нему – 'Father', 'Darling father', таким образом, мы сразу чувствуем тёплую семейную атмосферу. Эпитеты, сравнения, метафоры, многочисленные повторы, игра слов, ирония, парадокс, оксюморон, а также фонетические средства стилистики – все они направлены на то, чтобы захватить внимание зрителя, впечатлить и эмоционально увлечь его в происходящее на сцене действие.

Поскольку мюзиклы бывают жизнеутверждающими и трагическими, забавными и реалистичными, они способны покорить огромную аудиторию.

СТАТУС ТОПОНИМОВ В ЛЕКСИКЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Студ. Руднева О.Р., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Крутова Ю.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Топонимика – наука, изучающая происхождение и изменение географических имен. Она помогает нам получить не только географическую и историческую информацию, но и имеет лингвистическую ценность. Топонимика является разделом ономастики и имеет свою собственную, более детальную классификацию. Урбанонимия изучает и называет имена линейных, территориальных и масштабных объектов. Урбанонимы в свою очередь подразделяются на годонимы и агоронимы.

Топонимика, как и любая наука, имеет свои проблемы, например, со временем теряется мотивация названия или многозначность элементов затрудняет толкование топонима.

Английская культура претерпевала значительные изменения, что нашло свое отражение в языке, и толкование топонимов было осложнено именно этими изменениями. На формирование топонимии повлиял ряд языков: британский, латинский, древнескандинавский, древнеанглийский и

нормандско-французский. Каждый из этих языков способствовал появлению ныне существующих топонимов.

В зарождении топонимов играли роль не только языковые, но и природные, социокультурные, этнополитические и другие факторы. Лингвистический фактор является основополагающим, так как каждый язык оставил свой след в истории образования топонимов.

Топонимический материал передает информацию об истории страны, о населении и его ремесле, о великих событиях предыдущих веков и о художественном творчестве. Исследования до сих пор продолжаются, так как топонимика Англии имеет богатую и насыщенную историю для анализа и сопоставления. Топонимика Англии сложилась еще к XVI-XVII векам, в связи с этим много форм было либо утеряно, либо искажено, поэтому изучение географических названий должно быть рассмотрено с разных сторон лингвистического и экстралингвистического пространства.

НАРУШЕНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ НОРМ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ТЕКСТАХ ПЕСЕН

Студ. Салтыкова М.А., гр. АМФЗ-118

Научный руководитель: доц. Крутова Ю.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Речь является одним из важнейших показателей уровня развития человека: культуры, мышления, интеллекта. Грамматика как наука является разделом языкознания, который изучает грамматический строй языка, его закономерности построения правильных осмысленных речевых конструкций.

Ежедневно мы испытываем на себе воздействие речи, звучащей на телевидении, содержащейся в текстах газет и журналов, статьях и книгах. Стоит отметить, что именно средства массовой информации для многих людей являются основным маяком представлений о языковой норме.

Музыка, несомненно, также занимает важное место, так как окружает нас буквально везде: в рекламе на радио, телевидении, при просмотре фильма или же при самостоятельном прослушивании любимых композиций. Музыка довольно быстро реагирует на изменения в обществе и нередко отражает проблемы в звучании мелодий и текстов, она может изменять правила языка, вводит новые слова, языковые обороты или даже изобретает совершенно новые и незнакомые нам аббревиатуры.

Именно поэтому творчество зарубежных исполнителей оставляет сильный отпечаток на нашем восприятии иностранной речи и чужого языка. Приятная мелодия, интересный и созвучный текст песни поддерживают интерес к изучению английского языка, а также помогают усвоить что-то новое для себя.

Песни становятся хорошим помощником в изучении языка, но не стоит забывать, что в них могут встречаться ошибки и отступление от грамматической нормы. Наиболее частыми примерами нарушения грамматических норм становятся неправильное употребление местоимений, отсутствие вспомогательных глаголов, нарушение согласования подлежащего и сказуемого.

Причин такого отступления от грамматической нормы может быть несколько. Одной из причин ошибочного употребления грамматических конструкций является желание приблизить слова песни к разговорной речи, в которой мы нередко можем услышать и неправильные обороты, и непривычный порядок слов, инверсию, и сокращения, и грамматические ошибки, можно сказать, то, что совершенно недопустимо в официальной письменной и грамотной устной речи. Нарушение норм языка также может быть связано с необходимостью выдерживания определенного размера в стихотворных строках.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Студ. Таубер С.П., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Батуева А.А.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Проблема изучения феномена социальной рекламы актуальна в связи с тем, что в современном мире данная реклама оказывает значительное воздействие на мировоззрение человека и духовно обогащает общество независимо от его отношения к ней. Социальная реклама, как вид некоммерческой рекламы, направлена на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. Она выполняет следующие функции: идеологическую, воспитательную, образовательную, информационную, агитационную, объединяющую.

Теоретическую базу данной работы составляют труды Т. Мельниковой «Эффективность социальной рекламы», А.Н. Солодовникова «Современная социальная реклама: способы воздействия на адресата», Е.С. Шабай «Реклама в современном социокультурном пространстве». При анализе текстов социальной рекламы мы опирались на работы Н.К. Дурицкой, труды Е.В. Куликовой, Р.И. Мокшанцева, Л.М. Дмитриевой.

Лингвистический анализ текстов социальной рекламы помогает увидеть какие приемы используют профессионалы для привлечения внимания аудитории, создания оригинального и выразительного текста.

Лексика в текстах социальной рекламы достаточно разнообразна. В них часто используются различные местоимения, призванные персонифицировать проблему и повысить достоверность рекламы. Также

частотное упоминание конкретных имен, семей, которые уже получили помощь, а также личных имен пострадавших, больных. Значительное количество слов положительной (“shelter”, “family”, “strength”, “stability”) и отрицательной (“ultimate party foul”, “pretty dumb”, “death”, “tough”) коннотации для описания той или иной проблемы привлекают внимание. Большое количество эпитетов помогает запечатлеть в памяти образы ситуаций. В текстах социальной рекламы достаточно частотны глаголы в императивной форме (например, “Sleep before you drive” («Выспись, прежде чем сесть за руль»)), являющиеся призывом к действию. В социальной рекламе могут также использоваться вопросительные конструкции, обращения (you, do you?), афористические выражения, антитеза, фонетические, лексические и синтаксические повторы (рифма, аллитерация, синтаксический параллелизм, анафора). Все эти средства призваны сделать текст более экспрессивным и выразительным.

ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РОДА ИМЕН ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ В ИВРИТЕ

Студ. Федорова Д.В., гр. АМФЗ-118

Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Как в любом другом языке, в иврите есть такая категория как имя числительное, и эта категория имеет свои грамматические особенности.

Одной из таких особенностей является деление числительных на мужской и женский род. Маркировка родов у числительных несколько отличается от маркировки родов у других частей речи. Для существительных мужского рода мы будем использовать соответствующий ему род числительного: שלושה חגים. И так же с женским родом: שלוש מלונות. Окончание числительного женского рода не промаркировано, а у количественных числительных с 3 до 10 мужского рода маркером является окончание ה, в то время как мы привыкли видеть это окончание у существительных женского рода. Такое деление числительных по родам исторически не верно, отсюда следует, что в древнееврейском языке и в современном иврите существовала и существует согласованная полярность между именами существительными и числительными, то есть для существительных мужского рода числительное женского рода и наоборот. Но чем было обусловлено такое согласование?

Возможно, это возникает из-за наличия пережитков именных классов. Морфологические окончания имен числительных от 3 до 10, указывающие на род числительных, по сути являются маркерами, которые выделяют их принадлежность к двум именным классам.

Некогда в семитских языках существовали так называемые именные классы, которые были в языке очень продуктивны. Постепенно они сузились до двух классов, которые в свою очередь превратились в два грамматических рода.

Имя числительное было абстрактным и примыкало ко второму, «женскому» классу имен. К этому же классу примыкали и имена собирательные, названия совокупностей. Отсюда следует, что числительные, отделенные от названий совокупностей, примыкали ко второму классу имен и были оформлены как женский род. Тогда получается, что должны были образоваться формы числительных для противоположного класса. Так как женская форма уже занята для первого класса, то, согласно правилу полярности, для второго класса было использовано оформление мужского рода.

Таким образом, в семитских языках числительные от 3 до 10 – это два ряда имен существительных полярно противоположных друг другу.

СПОСОБЫ ПОПОЛНЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Студ. Фоменко А.Д., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Буданова Е.Е.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Каждый знает, что английский язык со всеми его специфическими особенностями представляет собой сложную динамическую систему, постоянно изменяющуюся, его состав является этимологически смешанным. Длительное воздействие других языков на словарный состав английского языка привело к проникновению большого количества иноязычных заимствований. Заимствование – это один из источников пополнения словарного состава английского языка. Заимствованная лексика проникает в язык под влиянием разнообразных экстралингвистических факторов. И это закономерно предполагает существование различной динамики варьирования языков-источников и существование языков-посредников, участвующих в пополнении словарного состава английского языка в различные периоды его существования. В нашем исследовании мы рассмотрели заимствования из немецкого и французского языков. Немецкие заимствования были выбраны потому, что их не очень много в английском языке, а французские, напротив, одни из самых многочисленных. В ходе исследования были сделаны выводы о том, что развитие языка, всех его сторон, происходит постепенно, мы находим в словарном составе современного английского языка слова, появившиеся в нем в разные исторические эпохи, что отражает разнообразные феномены и процессы,

происходящие в социально-культурном пространстве постоянно. Отбор заимствованной лексики был проведен методом сплошной выборки из краткого этимологического словаря современного английского языка Эрика Партриджа. Также в работе были рассмотрены другие способы пополнения словарного состава языка – конверсия, аффиксация и словосложение. Источником фактического материала для их рассмотрения явились словари Oxford English Dictionary, Collins English Dictionary, Macmillan English Dictionary. Данные словари представляют собой авторитетные учебные справочники, содержание которых обновляется четырежды в год, они предназначены для пользователей с высоким уровнем владения английским языком. Например, в 2017 году в словарях появились существительные «*rogonophobia*», «*genericide*», глагол «*to hate-watch*», выражение «*hat pit*». По данным официального сайта OED в марте 2017 года словарь пополнился 500 новыми словами, значениями и фразами, в июне еще 600 вдобавок к первым, наконец, в сентябре добавилась еще 1000.

ГЛАГОЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ИВРИТЕ

Маг. Фрейдкин И.Л., гр. МАГ-Ф-118

Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Глагольными управлениями в иврите занимаются только предлоги, так как падежных окончаний в иврите как таковых нет. Зачастую, на первых этапах обучения возникают сложности с выбором правильного предлога.

Каждый язык обладает своими особенностями образования предложений, сочетания и порядок слов в предложении, а также сочетание с предлогами. К примеру, в современном русском языке существует спор какой предлог следует употреблять в сочетании со словом «Украина» – предлог «на» или «в». С глаголами также существует устоявшееся сочетание предлога и глагола. Например, глагол «заботиться» используется с предлогом «о» ком-то. Например, «Мать заботится о ребенке». Так в иврите аналогичный глагол *לְטַחֵן* используется с предлогом *בְּ*, значение этого предлога «в», предлог места. В сочетании с таким предлогом это же предложение примет другой окрас. На иврите оно будет звучать «*בִּילֵד מְטַחֵן לְאִמָּה*». Дословно получается, что «мать заботится в ребенке». Предложение сразу приобретает другой окрас, мать как бы вкладывает в ребенка свою любовь и силы, тем самым проявляя заботу о ребенке. Таких «проблемных» глаголов существует огромное множество.

Из этого следует, что как бы нам не казалось, что правильным и логичным сочетанием глагола с предлогом в русском языке, не всегда

может органично сочетаться в другом языке. Причиной такого несоответствия часто является сложившаяся традиция в том или ином месте или особенности носителей языка.

С другой стороны, встречаются схожие глагольные управления в иврите с русским языком. Глагол видеть «кого-то» רָאָה используется с предлогом לְּ кого, что. Например, בַּמַּסְעָדָה אוֹתוֹ רוֹאֶה אֲנִי. Я вижу его в ресторане. Такая схожесть конечно же помогает в усвоении языка иврит.

Важно отметить, что в большинстве учебных пособий, глагольных таблицах глаголы представлены без управляющих предлогов. Эта проблема присутствует, как правило, также в двуязычных русско-ивритских и иврит-русских словарях, а также толкового словаря, в которых предлоги управления указываются очень редко. Иногда они указываются лишь для дополнительных, часто для редких или архаичных глаголов; в тех же случаях, когда у глагола есть несколько предлогов управления, в лучшем случае встречается перечисление их без объяснения способа и контекста употребления, например: " עָם, בּ ", " מִ בִּיקָשׁ ", " גַּלְתָּם ".

СВОЕОБРАЗИЕ ПОЭЗИИ И. БРОДСКОГО НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Студ. Чистякова О.А., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: доц. Годунова Е.В.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

На сегодняшний день не найдется, пожалуй, ни одного человека, который бы не был знаком с творчеством Иосифа Бродского. Однако англоязычное наследие поэта зачастую оставляют незамеченным, что совершенно неправильно, ведь оно представляет собой интересную тему для исследований ввиду своей лексической уникальности.

Англоязычная поэзия И. Бродского является экспериментальной и необычной по своей сути из-за особого подхода автора к языку. Его творчество не вписывается в традиции английского стихосложения на уровне рифмы, ритмического строя и выбора лексических единиц. Поэт использует типичную для русского языка регулярную рифму, которая в английском языке приближена к «легким» жанрам. Несмотря на внешнюю форму, содержание его стихотворений зачастую носит лирический и философский подтекст. В выборе лексических единиц он отдает предпочтение редким словам (*memorabilia, them all*), сленгу (*dud, nitty-gritty*), заимствованиям (*pyjamas, cavalier, halva*), также он очень часто использует синонимы и антонимы (*diligent – decent; motion – stasis*) и пр.

Благодаря этому он одновременно деформирует и обогащает язык. Временами странный и неоднозначный выбор лексем выделяет его творчество среди множества других. Поэт вносит в английский язык новые

лексические единицы и ритмический строй для того, чтобы передать своеобразный ироничный характер.

В рамках нашей исследовательской работы мы попытались проанализировать и понять особенности англоязычной поэзии Иосифа Бродского на примере использования автором различных лексем, конструкций и ритмического строя.

ЗООНИМИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ «HORSE» В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ

Студ. Шадрин Г.А., гр. АМФЗ-117

Научный руководитель: Ставцева С.Е.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

Фразеология является одним из самых важных компонентов языка. Уникальные компоненты, входящие в состав фразеологических единиц, скрывают в себе множество значений. Одним из них является компонент зооним. Он представляет один из самых больших пластов в английской лексикологии. В первую очередь это связано с исторической ролью зоонима. С древних времен многие из животных стали обозначать определенные символы, которые нашли свое отражение во фразеологических единицах: пословицах и поговорках. Со временем семантика некоторых зоонимов трансформировалась, приобретая и создавая совершенно иную коннотацию. Таким образом, зоонимический компонент в составе фразеологических единиц может иметь положительную, отрицательную или нейтральную эмоциональную окраску.

Коннотация определенного зоонима зависит от его лексико-грамматической группы. Классификация по данному признаку разделяет фразеологические единицы с зоонимическим компонентом на субстантивные, адъективные, адвербиальные, глагольные, междометные и коммуникативные.

Теоретическую базу доклада составили труды Д.А. Тишкиной «Фразеологические единицы с компонентом – зоонимом в английском и русском языках: сопоставительный анализ», А.В. Кунина «Курс фразеологии современного английского языка», труды В.В. Виноградова, Ш. Балли, А.Г. Назаряна. При анализе фразеологических оборотов с зоонимическим компонентом в составе мы опирались на работы З.А. Гордеевой, Ю.Н. Куличенко, П.Г. Мусаевой. Источником материала послужили следующие словари: Т.Н. Long «Longman Dictionary of English Idioms», А.В. Кунин «Англо-русский фразеологический словарь» и А. Margulis, А. Kholodnaya «Russian-English Dictionary of Proverbs and Saying».

Целью исследования является коннотативный анализ зоонимического компонента в составе англоязычных фразеологических единиц на примере зоонима «horse». Таким образом, изучение семантики и эмоциональной окраски зоонимических компонентов помогает создать представление о жизни носителей данного языка, о культуре и мировоззрении народа.

ИСПОЛНИТЕЛЬСКИЕ ТРУДНОСТИ ТРЕТЬЕГО КОНЦЕРТА ДЛЯ ТРУБЫ С ОРКЕСТРОМ В.А. ПЕСКИНА

Студ. Архипов И.С., гр. АМИКД-114

Научный руководитель: доц. Семеряга И.В.

Кафедра Концертного исполнительства на оркестровых духовых и ударных инструментах в классике и джазе

Концерт для трубы с оркестром № 3 написан В.А. Пескиным в форме одночастного цикла и сочетает черты сонатного аллегро и темы с вариациями. Главная трудность в работе с одночастными циклами заключается в том, чтобы при исполнении музыкального материала, изобилующего разнохарактерными эпизодами, как бы «подменяющими» недостающие части полного цикла, сохранить целостность формы. Соответственно, ключевой задачей трубача является определение темпового плана, а вернее сказать ритмо-гармонической пульсации всего сочинения и основных интонационных элементов, которые слушатель обязательно должен узнавать в процессе исполнения, и которые «соединительную» роль в отношении разнохарактерных разделов сочинения.

Мы полагаем, что трубачу следует исполнять все его шесть основных разделов в небольшом темповом диапазоне, выделяя смену характера за счет изменения штриха, динамической амплитуды и краски тембра. Предлагаемый нами диапазон – 80-100 ударов в минуту. Так, вступление к Концерту исполняется в темпе, при котором четверть по длительности соответствует нижней границе диапазона, в первом разделе (*Allegro moderato*) четверть с точкой соответствует примерно 96 ударам в минуту, во втором разделе (*Meno mosso*) – 100 ударам, в третьем разделе (*Andante espressivo molto cantabile*) – 96 ударам (при этом звучание трубы важно сделать более просветленным за счет изменения характера выдоха), в четвертом разделе (*Presto*) половинная с точкой должна соответствовать 100 ударам (при этом звук трубы следует сузить, а его подачу сделать чуть более агрессивной), когда исполняется в темпе вступления.

Ключевые технико-исполнительские трудности заключаются в том, что партия трубы изложена преимущественно в верхней тесситуре, в которой необходимо показывать все тембральное богатство звучания, а

также в необходимости достижения очень легкого и в то же время острого штриха *staccato* в эпизоде *Presto* без допущения каких-либо помарок при атаке звука.

Первая трудность решается, прежде всего, за счет совершенствования техники исполнительского дыхания, позволяющей в том числе, снизить давление мундштука на губы, вторая за счет работы над упражнениями, позволяющими развить «беглость» языка.

ФЛЕЙТОВОЕ ТВОРЧЕСТВО ФРИДРИХА КУЛАУ

Студ. Афанасьева Е.С., гр. АММИД-116

Научный руководитель: доц. Ярошевский С.А.

Кафедра Концертного исполнительства на оркестровых духовых и ударных инструментах в классике и джазе

Фридрих Кулау – знаменитый немецкий композитор начала XIX века. Он был высоко оценен и популярен при жизни и оставил после себя обширное музыкальное наследие, в числе которого оперы, фортепианный концерт, концертино, флейтовые, скрипичные, фортепианные сонаты, рондо, вариации, фантазии, танцы, песни, различного состава дуэты, театральная музыка. Многие известные музыканты и композиторы тесно сотрудничали с Кулау. В целом, творчество Кулау можно разделить на два основных направления – оперы и сочинения для или с участием флейты (флейт).

Оперное творчество Кулау было высоко востребовано, имело невероятный успех и продолжает быть востребованным в наше время. Музыка к театральным постановкам помогла композитору приобрести широкую известность. Некоторые его оперы до сих пор с успехом идут в Дании.

Во флейтовом искусстве Кулау сыграл ключевую роль и оставил после себя богатую флейтовую библиотеку, в состав которой входят дуэты, трио, квартеты для флейт с сопровождением и без. Выступая в роли продолжателя традиций Иоахима Кванца, Кулау способствовал утверждению флейты в первую очередь как сольного, а не только оркестрового инструмента. Творчество Кулау впитало в себя влияние многих композиторов.

Наиболее ярким примером творчества для флейты в наследии Кулау является Интродукция и рондо ор. 98 для флейты и фортепиано. В нем раскрываются основные элементы флейтовой техники в сочетании с популярной в то время салонной мелодичностью. Фортепиано отведена далеко не второстепенная роль. Исполнение требует от флейтиста и пианиста филигранного владения техникой. Необычно, что название

«рондо» не отражает строения произведения, которое написано в сонатной форме без разработки.

Исследование сочинений композитора внесло новые нюансы и взгляды на понимание не только флейтового искусства, но и музыкальной культуры конца XVIII – начала XIX веков в целом. Изучение работ Кулау позволило уравнивать по значимости для музыкальной культуры творчество композиторов «второго ряда» с признанными гениями. Их творчество оказало сильное влияние на культуру и музыкальные вкусы.

ТРИДЦАТЬ ПЕРВАЯ СОНАТА ДЛЯ ФОРТЕПИАНО Л. ВАН БЕТХОВЕНА В РЕДАКЦИЯХ А. ГОЛЬДЕНВЕЙЗЕРА И А. ШНАБЕЛЯ

Студ. Баскакова А.О., гр. АМИКФ-114

Научный руководитель: проф. Клочкова Е.В.

Кафедра Музыковедения, дирижирования и аналитической методологии

Особое место в творчестве Людвиг ван Бетховена занимают тридцать две сонаты для фортепиано. В них особенно смело отражаются новаторские черты композитора, формируется и достигает своей зрелости Бетховенский стиль. Соната оп. 110 относится к позднему периоду творчества Людвиг ван Бетховена. В поздние годы композитор больше обращался к умозрительному философствованию, сильнее ощущая разрыв между прекрасными мечтами и тягостной реальностью.

Среди отечественных редакций сонат Людвиг ван Бетховена значимое место занимают работы крупнейшего пианиста и педагога Александра Гольденвейзера. Огромную ценность в его редакциях представляют исполнительские комментарии к каждой сонате. В них находится тематический анализ основных партий экспозиций, разбор разработок, анализ формы каждой из частей, ценные исполнительские рекомендации.

Редакция австрийского пианиста Артура Шнабеля изобилует словесными ремарками, развернутыми исполнительскими указаниями. Ему принадлежит новаторская трактовка пространственно-временных параметров музыки (ее хронотопа). В своей редакции он выставляет метроном.

Большого внимания заслуживает аппликатура в редакции Артура Шнабеля. Его аппликатурные принципы поначалу могут показаться парадоксальными, но разобравшись в материале, они становятся осмысленными и удобными.

Александр Гольденвейзер и Артур Шнабель внесли неоценимый вклад в развитие музыкального редактирования и фортепианного исполнительства в целом. Сравнив две редакции, можно сделать вывод,

что редакция Александра Гольденвейзера больше тяготеет к уртексту с подробными указаниями педали и расшифровки мелизмов. Особо ценны его комментарии к исполнению сонаты. В редакции Артура Шнабеля мы встречаем большое количество словесных ремарок, агогические указания и подробнейшую, часто неожиданную, требующую особого осмысления, аппликатуру.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОПЕРНОЙ ДРАМАТУРГИИ НА ПРИМЕРЕ ОПЕРЫ «ЛЕДИ МАКБЕТ МЦЕНСКОГО УЕЗДА» Д.Д. ШОСТАКОВИЧА В ПОСТАНОВКЕ Д. БЕРТМАНА

Студ. Вовк А.Ю., гр. АМИКД-117

Научный руководитель: доц. Ренёва Н.С.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

«Леди Макбет Мценского уезда» – одна из известнейших опер Д. Шостаковича. Она же – «сумбур вместо музыки» (Д. Заславский, «Правда») с позиций советской критики конца 30-х годов прошлого века. В сюжете обширно развернута тема насилия, в том числе сексуального – к примеру, сцена издёвок дворни над Аксиньей, а супружеская измена как причина преступлений Катерины становится главной сюжетобразующей темой. Очевидно, что перед режиссером, берущимся за работу над спектаклем по этой партитуре, поставлена непростая задача – не только изобразить сюжетные коллизии, но и оживить их, «вписать» в современный культурный контекст.

На примере постановки Дмитрия Бертмана в Московском музыкальном театре «Геликон-опера» видны характерные тенденции современной оперной режиссуры. Наиболее яркая и запоминающаяся особенность – вольность трактовки временных рамок произведения. Режиссер в точности следует второй авторской редакции текста, но антураж несколько «осовременен»: обстановка имения Измайловых напоминает работы в жанре стимпанк, костюмы героев выдержаны в современном понимании классического стиля. Борис Тимофеевич и Зиновий Борисович воспринимаются не как купцы, а как современные бизнесмены. Решение эффективное: зритель сопереживает, потому что сюжет не воспринимается оторванным от действительности, материальные ориентиры вроде роскошного кожаного кресла, пропеллеров (как элементы декораций) и современной формы на полицмейстере делают происходящее до боли близким, привычным.

Еще одна характерная тенденция – топорная гиперболизация символического. В финальных сценах – по пути на каторгу – Катерина одета в подвенечное платье, и её руки нарочито грубо раскрашены красным – «по локоть в крови». На неприличный характер «развлечений» дворни с

Аксиньей намекает слишком двусмысленная хореография, а еще более интимные сцены Катерины и Сергея поражают откровенностью и подробностью изображаемой супружеской измены. Преувеличение значения символов, заострение внимания на скрытых смыслах и полный отказ от самоцензуры помогают более ярко раскрыть посыл автора.

«АЛЬТЕРИРОВАННАЯ ПЕНТАТОНИКА» В ДЖАЗОВОЙ ИМПРОВИЗАЦИИ

Студ. Горевой Д.К., гр. АММИД-117

Научный руководитель: доц. Глухова Е.В.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Пентатонический лад является основой джазовой музыки. В ранних блюзах минорная пентатоника применялась на основе одноименного мажорного блюза (Cm pent на C7), что привело к образованию «блюзовых нот» – характерного сочетания звуков es из Cm pent и e из C7. В период свинга чаще встречается менее диссонантное применение пентатоник: в такой же форме блюза на C7 уже используется мажорная пентатоника C. Примеры подобного сочетания можно встретить в творчестве Лестера Янга, Арта Тейтума, Тедди Уилсона и др. В период бибопа использование пентатоник сокращается, исполнители чаще применяют альтерированные лады. Музыканты заново открывают возможности пентатоники в хард-боповый и пост-боповый период. Особенно ярко это проявляется в творчестве Джона Колтрейна, Маккоя Тайнера, Джо Хендерсона, Уейна Шортера. В современном исполнительстве пентатоника является основой для построения импровизации.

Пентатоника в своем основном виде имеет множество вариантов применения. Но уже в творчестве пост-боповых музыкантов все чаще стали появляться пятиступенные лады, отличающиеся от стандартной пентатоники – так называемые «альтерированные пентатоники». Саксофонист Джерри Бергонзи в своей книге «Inside The Improvisation» приводит примеры таких пентатоник. В основном применяется минорная пентатоника с пониженной VI ступенью (minor pent 6), мажорная пентатоника с пониженной III ступенью (pent b3) или с пониженной VI ступенью (pent b6). Реже встречается «sus»-пентатоника (sus pent), которая применяется для обыгрывания аккорда D7 с задержанием.

В книге Бергонзи каждой пентатонике соответствует около 6-7 аккордов, что значительно усложняет процесс их изучения. Оптимизация практической работы над применением различных пентатоник в ходе импровизации возможна за счет «объединения» всех перечисленных видов ладов на основе мелодического минора. Важным преимуществом мелодического минора является отсутствие «нежелательных нот» (avoid

notes), которые есть в мажорном ладу (IV ступень для мажорного и доминантового аккорда). Объединение пентатоник происходит таким образом: от I ступени – minor pent 6 и pent b3; от V ступени pent b6 и sus pent; от IV ступени обычная мажорная пентатоника. Такое объединение значительно упрощает процесс разучивания пентатоник за счет объединения ладов в смежные блоки.

ПАСТОРАЛЬНЫЕ МОТИВЫ В ТВОРЧЕСТВЕ В.И. РЕБИКОВА

Студ. Дзичковская А.С., гр. АММУМЗ-115

Научный руководитель: проф. Зайцева М.Л.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Владимир Иванович Ребиков – композитор, пианист, педагог, писатель и общественный деятель, одна из самобытных фигур русской музыки начала XX века. Простота произведений Ребикова проявляется во многом: миниатюризмом, эмоциональная открытость лирических образов, бесхитрость фактуры и мелодико-интонационной сферы, «демократизм» жанровых ориентаций. В этом и есть сила и оригинальность художника, характерная черта его художественного дарования.

Выявлена характерная черта его авторских ремарок звучности произведений: как правило, это непроработанные, недетализированные указания на приглушенное звучание *mf* в начале практически всех пьес, как и аскетичные агогические указания *rit* или *meno mosso* в среднем разделе композиций. Удивительно несоответствие крупной, массивной внешности Ребикова и его хрупкой, застенчивой музыки. Обосновано, что главное место в его творчестве занимала область фортепианной музыки. В ней Ребиков ограничивался простейшими малыми формами, создав несколько десятков фортепианных миниатюр лирического или жанрово-характеристического плана, объединенных в серии под названиями «Вокруг света», «Осенние листья», «По славянским странам», «Буколические сцены».

Доказано, что присутствие пасторальных образов в фортепианной музыке Ребикова опирается на художественную модель, рожденную в других его видах – литературе, театре, живописи, где она имеет специфические способы воплощения. Например, ряд пьес связан с художественно опосредованным претворением образов деревни. В музыке подобных пьес сплетаются характерные для пасторали жанровые топоры наигрышей, песенности, танцевальности. Линия жанра восходит у Ребикова к модели антиклизированной пасторали, получившей отражение в целом ряде произведений. В частности, она представлена фортепианным циклом «Буколические сцены» op. 28 (1906).

В ходе исследования сделан вывод о том, что в творчестве Ребикова зыбкий пасторально-романтический мир раскрывается как череда ускользающих образов и мимолетных ассоциаций, порождаемых творческим сознанием. Однако этот мир еще не подвергается разъедающей иронии постмодернистского искусства, он сохраняет свою ценность как обитель естественной красоты, мудрости и вдохновения.

ТВОРЧЕСКИЙ ОБЛИК П.Г. ЧЕСНОКОВА – КОМПОЗИТОРА, ДИРИЖЕРА, ПЕДАГОГА

Студ. Дроздов С.Б., гр. АМХРАХ-114

Научный руководитель: проф. Зайцева М.Л.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Актуальность темы исследования обусловлена фактором малоизученности в современном музыкознании творчества популярного среди исполнителей композитора Павла Григорьевича Чеснокова. Его произведения часто исполняются на богослужениях в православных храмах и на концертах. Еще при жизни композитор получил одобрение многих своих современников, профессиональных музыкантов и критиков. Примечателен тот факт, что в основе произведений П.Г. Чеснокова часто используются принципы древнего русского знаменного пения. В своих произведениях Чесноков часто использует полифонические приемы. Изучение стиля композитора, признанного одним из лучших русских хоровых композиторов будет интересным и полезным для музыкантов связанных с хоровой деятельностью и для всех интересующихся данным вопросом.

С особой силой композиторский дар П.Г. Чеснокова проявился в цикле «Главнейшие песнопения всенощного бдения». В ходе проведенного анализа выявлено, что оригинальность и необычность композиции, созданной П.Г. Чесноковым, состоит в особой драматургии композиций, нюансировке, агогике. В частности, традиционно Великое славословие начинается тихо и медленно. Таковы традиции исполнения Великого славословия хорами Киево-Печерской Лавры. Существует несколько произведений, которые исполняют в подвижном темпе (например, Великое славословие Знаменного распева, Валаамского распева). В трактовке П.Г. Чеснокова Великое Славословие начинается с *forte* – мощно, громко, гимнически и этот прием периодически повторяется на протяжении всего произведения. Рассмотрены стилистические и драматургические особенности других частей цикла («Воскресение Христово видевшее» и «Тропари по непорочных»). Выявлены особенности работы дирижера в процессе создания высокохудожественной интерпретации избранных

частей цикла «Главнейшие песнопения Всенощного Бдения» П.Г. Чеснокова.

Раскрыты другие грани композитора: выдающийся вклад П.Г. Чеснокова в развитие отечественного дирижерского искусства, педагогическое мастерство музыканта, воспитавшего множество профессионалов – мастеров русского вокального искусства.

НЕМЕЦКАЯ ВОКАЛЬНАЯ ШКОЛА В СОВРЕМЕННОМ ИСПОЛНИТЕЛЬСТВЕ

Студ. Егорова К.В., гр. АММТОП-115

Научный руководитель: ст. преп. Полухина М.В.

Кафедра Вокального искусства в классике и джазе

Целью исследования является попытка проследить этапы формирования немецкой вокальной школы, выявить наиболее актуальную вокальную методику Германии XIX века и определить ее влияние на современное вокальное исполнительство. Материалами для исследования являются знания об эволюции вокальных жанров, начиная с истоков их развития: творчество миннезингеров в XII–XIII веке, создание первой оперы «Дафна» (1627 г.) Г. Шютцем, формирование понятия «инструментального стиля исполнения» в творчестве И.С. Баха, создание нового оперного жанра XVIII века – зингшпиль и виртуозных вокальных партий, требующих от певца все больших технических навыков; а также существующие труды немецких теоретиков: XVI век – первая немецкая школа пения «Ars canendi» Гейзена Зебальда, «Practica Musica» Германа Финка; XVII век – доминирование итальянской школы, XVIII век – «Полная школа пения» Петера Винтера, в которой уже представлены рекомендации к занятиям и варианты распевов.

Создатель наиболее актуальной ныне вокальной методики – Юлиус Гей – первый педагог королевской музыкальной школы, приглашенный Рихардом Вагнером, который оказал огромное влияние на развитие национальной немецкой оперы и реформировал музыкальный театр. Сформировавшиеся высокие требования к голосам – необычайная выносливость вокального аппарата, развитый диапазон и тембр голоса, психологическая готовность к выразительному исполнению партии, – которые в то время были редкостью, обнаружили необходимость разработки более совершенной вокальной методики. Работа Ю. Гей «Deutscher Gesangsunterricht» учит не только формированию сильного голоса, но и тонкой подаче музыкального материала, фразировке и правильному немецкому произношению. Его воспитанники, ставшие профессиональными исполнителями – Макс Бютнер, Андреас Диппель,

Роза Олитца, – подтверждают эффективность учения. Данной методики придерживаются учебные заведения в Германии и в настоящее время.

Вокальная музыка немецких композиторов является неотъемлемой частью репертуара музыкальных площадок мира, именно поэтому нам необходимо изучать особенности немецкой школы пения.

СПЕЦИФИКА ИСПОЛНЕНИЯ КАДЕНЦИЙ В ОПЕРАХ В. БЕЛЛИНИ

Студ. Иванова А.Р., гр. АММТОП-116

Научный руководитель: ст. преп. Полухина М.В.

Кафедра Вокального искусства в классике и джазе

Исследование посвящено важным исполнительским элементам опер *bel canto* – каденциям – в творчестве Винченцо Беллини, одного из ярчайших представителей этой эпохи. В ходе работы было дано определение каденции как виртуозному исполнительскому элементу, представлена краткая история понятия, указаны основные характерные особенности. Каденции рассматриваются как важная черта вокальной орнаментики в оперном творчестве В. Беллини. Во время подготовки доклада был проведен методико-исполнительский анализ аудио- и видеозаписей выдающихся певиц: Натали Дессей, Джоан Сазерленд, Монсеррат Кабалье. Представленные ими интерпретации были соотнесены с композиторским текстом, что дало возможность выявить закономерности, позволяющие определиться с выбором каденции, исходя из особенностей голоса и его специфических черт. Проведенный анализ позволил выработать некоторые вокально-методические рекомендации, способствующие наиболее эффективному освоению данного вида орнаментики в процессе работы над номером или партией. Возрастающий интерес к операм *bel canto* и творчеству В. Беллини в частности определяет актуальность данного и подобных исследований.

Основные тезисы работы можно сформулировать следующим образом:

1. Каденция как виртуозный исполнительский элемент: определение, краткая история, характерные особенности.
2. Роль каденций в операх В. Беллини: вокальная орнаментика как черта композиторского стиля.
3. Особенности исполнения каденций в операх В. Беллини: вокально-методический анализ избранных элементов на примере выдающихся певиц-интерпретаторов партий *bel canto* (Дж. Сазерленд, Н. Дессей, М. Кабалье).

4. Основные вокальные трудности каденций В.Беллини и методы их преодоления: выбор орнамента, особенности впеваания, основные упражнения.

«FUGA LIBRE» ГАРТА НОКСА И ПОЛИФОНИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ В МУЗЫКЕ НАЧАЛА XXI века

Студ. Ильина К.П., гр. АМИКС-115

Научный руководитель: ст. преп. Смедюк М.А.

Кафедра Концертного исполнительства на оркестровых струнных инструментах в классике и джазе

«Fuga libre», что переводится как «свободная fuga», – название сочинения 2008 года для альты соло современного английского композитора и исполнителя Гарта Нокса (род. в 1956 году), снискавшего заслуженное признание специалистов в области как старинной, так и современной музыки благодаря своей концертной деятельности в составе Ансамбля «InterContemporain» Пьера Булеза, «Ардитти-Квартета», участию в премьерных произведениях таких композиторов, как Д. Лигети, А. Шнитке, Х.-В. Хенце, К. Саариахо, и сольной карьере.

Свобода, заложенная в названии пьесы, выступает в качестве одного из факторов, определяющих особенности композиции и музыкально-выразительной ткани этого достаточно протяженного одночастного сочинения (его исполнение длится около 9 минут). Строго говоря, в жанровом отношении перед нами вовсе не fuga, а фантазия, сотканная из аллюзий на интонационный материал, токкатную ритмику в стиле *perpetuum mobile*, драматургию остинатных форм (наподобие чаконны или пассакальи) музыки барокко при использовании широкого спектра фактурных типов, штрихов и исполнительских приемов (флажолеты, *glissandi*, *sul ponticello*), характеризующего автора как музыканта XXI столетия.

Элементы имитационной полифонии и, собственно, фуги как жанра и техники в «Fuga libre» минимальны и, помимо типичного для барочной фуги строения начальной темы, прослеживаются в ее тонально-гармоническом плане и едва намечившемся ответе в главной тональности (по типу инвенции) и интермедиях как между темой и ответом, так и в относительно свободно построенных последующих развивающих фрагментах.

Аллюзии на барочную полифонию, которые рождает звучание «Fuga libre», отсылают нас не только к стилизованным константам баховских времен, но и к культуре XX века, подарившей композиторам возможность обращаться к музыке ушедших эпох и заново прочитывать ее золотые

страницы посредством цитат, заимствований, интертекстуальных приемов. Вечные барочные полифонические традиции в этом свете приобретают в начале XXI века новые оттенки.

КОМПОЗИЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕСЕН ГРУППЫ «RADIOHEAD» 1990-Х ГОДОВ

Студ. Карташова Л.А., гр. АММУМЗ-114

Научный руководитель: доц. Ренёва Н.С.

Кафедра Музыковедения, дирижирования и аналитической методологии

«Radiohead» – одна из самых ярких и влиятельных музыкальных групп конца XX – начала XXI столетия. В их сочинениях сочетаются такие стили и направления, как альтернативный рок, краут-рок, брит-поп, джаз, электронная музыка и другие подстили. В течение более чем тридцатилетнего срока существования группы стиль «Radiohead» трансформировался. Условно можно выделить в творчестве группы три периода, при этом наибольшую популярность приобрели композиции с альбомов периода 1990-х годов, которые и стали объектом нашего исследования.

Нередко в зарубежной литературе в отношении музыки «Radiohead» употребляют такие слова, как «сложная» (complicated), «превозмогающая собственные возможности» (challenging) музыка (Н. Эмерсон Адам). Это является следствием того, что композиции группы «Radiohead» построены на «разрушении» ожиданий, свойственных рок-музыке. Под ожиданиями исследователями подразумевается как набор привычных гармонических последовательностей, ритмических фигур, так и тембров, форм, мотивов и паттернов, которые использовались в рок-музыке с момента ее зарождения и по сегодняшний день. Композиции «Radiohead» сочетают в своем строении множество черт, нехарактерных для творчества современных им рок-групп. Это и неквадратные формы (куплеты длительностью 3, 6, 9, 11 и другое нечетное количество тактов), и смены метра и темпа (смены с 7/4 на 4/4 и др.), и кварто-квинтовые, терцовые и секундовые соотношения аккордов (то есть все возможные соотношения), а также аккорды с задержаниями и надстройками, различными альтерациями, акустические и электронные тембры, специальные эффекты.

В целом, среди наиболее характерных композиционных особенностей песен группы «Radiohead» следует выделить многослойную оstinatность, которая рождает различные метроритмические иллюзии и передает ощущение многомерной полифонии, высокую степень сопряженности музыки и ее строения с эмоциональной составляющей и строением текста, неравномерность распределения музыкального времени или инверсионный порядок расположения частей в композициях.

ВИОЛОНЧЕЛЬ В ТВОРЧЕСТВЕ И. БРАМСА

Студ. Кобрина А.О., гр. АМИКС-114

Научный руководитель: доц. Великовский А.Ю.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Иоганнес Брамс – композитор, написавший для виолончели великие произведения, которые по сей день являются непревзойденными шедеврами виолончельного репертуара. Их исполнение требует высокого мастерства и глубокого понимания всего творчества композитора.

Виолончель в творчестве И. Брамса раскрывается не только в сонатах и Концерте для скрипки и виолончели с оркестром a-moll op. 102 (Двойном концерте), но и в большей части написанной композитором камерной инструментальной музыки (трио, квартеты, квинтеты, секстеты), и даже в симфониях ей отведен самый выразительный материал. Также авторству Брамса принадлежат сочинения для необычного сочетания виолончели с кларнетом, написанные им благодаря крепкой дружбе с Р. Мюльфельдом.

Сонаты для виолончели и фортепиано e-moll op. 38 и F-dur op. 99 написаны Брамсом в разные периоды жизни и, как следствие, сильно друг от друга отличаются. Первая создана в молодые годы, в период тяжёлых личных переживаний, а Вторая – в поздний период, когда композитор уже был признан и широко известен.

Двойной концерт – уникальный жанр в истории музыки и одно из наиболее сложных произведений композитора, в котором виолончель выступает на равных со скрипкой. Его исполнение под силу только самым виртуозным музыкантам. Общее методическая рекомендация, которую можно дать как учащимся, так и состоявшимся исполнителям, – учитывать специфику звукоизвлечения на разных инструментах в ансамбле и помнить, что в большинстве случаев при наличии общего тематического материала у виолончели больше возможностей для развития звука и необходимо эти возможности соизмерять с возможностями других участников ансамбля.

МАДРИГАЛЫ К. МОНТЕВЕРДИ ИЗ ПАСТОРАЛИ «ВЕРНЫЙ ПАСТУХ» ДЖ. Б. ГВАРИНИ

Студ. Кунах М.Ю., гр. АМХРАХ-114

Научный руководитель: доц. Барский В.М.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Актуальность предлагаемого исследования объясняется необходимостью поиска адекватного исполнительского подхода к музыке Монтеверди. И хотя в настоящее время существует большое количество литературы, изучающей различные аспекты творчества композитора, мадригалам, важнейшей части его хорового наследия, уделяется недостаточно внимания.

Мадригалы Четвертой и Пятой книг написаны композитором примерно в одно время, хотя демонстрируют разное отношение композитора к драматургии «Верного пастуха». В Четвертой книге мадригалы на стихи Гварини чередуются с композициями на тексты других поэтов. Монтеверди, работая над текстом, стремится обобщить его, убирает подробности, оставляет суть. Пятая книга практически целиком посвящена «Верному пастуху», тексты которого следуют подряд. Здесь сюжетная и драматургическая связь мадригалов сохраняется. Монтеверди отбирает ключевые события, на которые опирается сюжетная основа трагикомедии Гварини. Композитор мыслит сценическими ситуациями, в которых оттачивает свои музыкально-драматургические решения. Подобный театральный характер будет проявляться и в его дальнейших произведениях.

Мадригалы на тексты «Верного пастуха» написаны в стиле так называемой «Второй практики», родившейся в результате назревавшего в 1560-х годах музыкального кризиса, заключавшегося в чрезмерной музыкально-полифонической виртуозности, которая нарушала гармоничное сочетание музыки и текста. «Вторая практика» в музыке отразила и искания реформы в церковной музыке. В связи с этим Монтеверди приходит предложение от Акилино Коппини, который адаптировал тексты избранных мадригалов из Пятой книги Монтеверди для церковного исполнения. Коппини берет за основу библейское повествование о распятии Иисуса Христа, затем составляет латинский текст в таком виде, чтобы его можно было подставить вместо итальянских слов с подобной смысловой составляющей и созвучностью.

Музыка мадригалов Монтеверди в соединении с драматургией «Верного пастуха», наполненного сюжетами о любви и страсти героев, придала библейской истории «расшифровку», которая вызывала отклик в сердцах прихожан. Мадригалы являются примером оригинального музыкального языка композитора в сочетании с пониманием драматургии.

**ОСОБЕННОСТИ ТРАКТОВКИ ОБРАЗА ОКСАНЫ
В ОПЕРЕ «НОЧЬ ПЕРЕД РОЖДЕСТВОМ»
Н.А. РИМСКОГО-КОРСАКОВА**

Студ. Лебедева Д.Д., гр. АММТОП-114

Научный руководитель: доц. Зайдель Е.Г.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Оксана – один из самых ярких образов в опере Николая Андреевича Римского-Корсакова «Ночь перед Рождеством». Девушка исполнена удивительной притягательности, энергии, задора, провоцирующей потенциальности. Музыка ее партии в начале оперы характеризуется обилием колоратур, триолей, капризных хроматизмов, которые сменяются народной танцевальной мелодией. В своем оперном творчестве Николай Андреевич часто использовал хроматические интонации, мелодическое движение по септаккордам, триольную группировку длительностей, для того чтобы показать принадлежность того или иного образа к мистическому нереальному миру. В данном случае можно представить, что героиня, не знающая любви в начале оперы, подобно Снегурочке, «нереальна» по сравнению с той цельной, любящей Оксаной, которую мы увидим в итоге.

В сцене с мешками, оставленными кузнецом, мелодия партии Оксаны основана на звуках малого септаккорда с уменьшенной квинтой даже в тех тактах, в которых девушка смеется. Такое звуковое решение намекает на возникшее в ее душе ощущение «тристановского томления» и тоски по далекому Вакуле и, несомненно, на его «роковую» значимость в ее жизни. Разлука поможет Оксане «снять маску» безразличия и «достать» из глубины души настоящее чувство. Ария в Четвертом действии оперы на слух имеет много общего с народными причитаниями, подчеркивая чувства раскаяния и сожаления Оксаны за свое отношение к Вакуле. Любовному дуэту героев предшествует по-новому зазвучавшая тема «черевичек», которая обрела восторженные искренние музыкальные интонации. Сам дуэт очень оживленный и стремительный. Здесь ярко, выпукло, недвусмысленно выражены наконец-то ставшие взаимными чувства родившейся в Рождественскую ночь новой прекрасной пары. В завершении сцены в партии Оксаны появляется мелодическая цитата из ее первой арии. Однако, если в начале оперы эта мелодия была представлена в виде виртуозного пассажа, переходящего в речитатив, что всего лишь символизировало энергичный и задорный характер самовлюбленной девушки, то в заключительной ансамблевой сцене мелодия сильно расширена, изложена более крупными длительностями, звуча в увеличении. Любовь Оксаны стала истинной любовью – широкой,

всеобъемлющей, открытой. Оксана обрела второе рождение, и теперь она смело идет навстречу своей судьбе.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОКАЛЬНОГО ЦИКЛА «КАЛЕНДАРЬ ЮНОСТИ» Б.С. ФРАНКШТЕЙНА

Студ. Новикова А.А., гр. АММТОП-114

Научный руководитель: проф. Зайцева М.Л.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Вершиной вокального камерного творчества Бориса Семеновича Франкштейна является вокальный цикл «Календарь юности», написанный композитором в 2003 году. Б.С. Франкштейн создает данный вокальный цикл из шести романсов «Апрель», «Весна», «На качелях», «Лето», «Осень», «Зима» и одной интерлюдии «Подснежник» в исполнении соло-фортепиано. Композитор возвращает слушателя в состояния радости к жизни, которые испытывает каждый в детстве и юности, подчеркивая счастливое отношение к жизни юного человека в разных жизненных обстоятельствах в течение всех времен года. Этот вокальный цикл Борис Франкштейн создал, на стихи Зиновия Ямпольского, как ярчайшее напоминание для всех нас, что жизнь надо любить всем сердцем, наслаждаться каждым мгновением и смотреть на мир с широко распахнутыми глазами, как ребенок или очень молодой юнец.

Обосновано, что в вокальном цикле «Календарь юности» с особой яркостью раскрылись два самобытных качества Бориса Семеновича Франкштейна – умение по-детски открыто радоваться жизни и трепетная любовь к поэзии. Показательно, что композитор при создании данного вокального цикла обратился к стихам, написанным Зиновием Ямпольским для детей («Апрель», «На качелях», «Лето»).

Выявлено, что побудительной причиной обращения композитора к поэзии З. Ямпольского, является обостренное чувство патриотизма к Родине, ярко выраженное в стихах поэта и созвучное мировосприятию композитора. Этот интерес к гражданской тематике зародился в творчестве композитора благодаря патриотической атмосфере классической музыки конца 1960-х годов, звучавшей в Ленинградской академической филармонии имени Д.Д. Шостаковича, Ленинградском концертном зале, Большом концертном зале «Октябрьский» и Ленинградском государственном академическом театре оперы и балета им. С.М. Кирова, которые часто и с большим любопытством посещал юный студент Борис Франкштейн. В первую очередь в сочинениях выдающихся советских композиторов воспеваются ценность человеческой жизни и верность народу, так и у Б.С. Франкштейна в вокальном цикле «Календарь юности»

будет ярко выражена тема отрочества, юности, насыщенной поры жизни каждого человека и преданность Родине.

ФОРТЕПИАННЫЕ КОНЦЕРТЫ МОРИСА РАВЕЛЯ: ЗАМЫСЕЛ, КОМПОЗИЦИЯ, ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Студ. Носкова Ю.В., гр. АМИКФ-114

Научный руководитель: проф. Клочкова Е.В.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Морис Равель обращается к жанру фортепианного концерта в конце своего творческого и жизненного пути. Несмотря на то, что оба фортепианных концерта создавались композитором практически в одно время, они абсолютно противоположны по образно-художественному содержанию, различны по форме, фактуре и музыкальному наполнению. Первым появился леворучный концерт D-dur, затем концерт G-dur, но изданы они в обратном порядке.

Концерты обозначили итог фортепианного творчества Равеля, отразив в себе квинтэссенцию основных музыкальных стремлений композитора. В контрастности двух музыкальных полотен подчеркивается одновременное стремление композитора к светлому, блестящему, прозрачному, изящному и, напротив, к масштабному, трагичному, патетичному, драматичному.

Важнейшей задачей при создании Второго концерта явилось достижение полноценного звучания рояля с помощью всего пяти пальцев. Для достижения результата использовалась крупная фортепианная техника, массивные аккорды, искусное владение педалью, виртуозные пассажи, скачки между регистрами и многое другое. По использованию технически сложных приемов, этот концерт значительно превосходит концерт G-dur, в котором в основном преобладает прозрачная фактура и мелкая техника. В отличие от классической трехчастной формы Первого концерта, строение Второго необычно: он состоит из одной части, которая включает в себя две каденции солиста.

Концерты Равеля для фортепиано представляют два различных взгляда с высоты прожитых лет на свою жизнь и творчество. Первый концерт – иронический взгляд, отраженный в простоте музыкального письма. Первая часть – игра в жанр концерта, вторая – игра в стиль, а третья – игра с самим собой. Именно игра сопровождает Равеля на протяжении всего творческого пути и достигает своего совершенства в концерте G-dur. В свою очередь Второй концерт – взгляд, отражающий патетику и героизм своей эпохи, социальные конфликты через личные переживания автора.

КОНЦЕРТ ДЛЯ ФАГОТА, СТРУННОГО ОРКЕСТРА, АРФЫ И ФОРТЕПИАНО АНДРЕ ЖОЛИВЕ В КОНТЕКСТЕ ТВОРЧЕСТВА КОМПОЗИТОРА

Студ. Пузанков В.К., гр. АМИКД-114

Научный руководитель: доц. Глухова Е.В.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

В большом разнообразии музыкальных направлений XX века творчество Андре Жоливе отличается оригинальным стилем. Становление композиторской индивидуальности Жоливе проходило под влиянием нескольких факторов: с одной стороны, он получил традиционное базовое образование в области гармонии, контрапункта и фуги в классе П. Ле Флема; с другой – освоил серийную технику под руководством Э. Вареза. Интерес к эзотерике и социологии приводят к детальному изучению композитором искусства и обрядов примитивных культур, что нашло свое отражение в сочинениях 1930-х годов. Участие во Второй Мировой войне наложило отпечаток на музыкальный стиль композитора. Начиная с «Трех жалоб солдата» и «Мессы на день мира», он обращается к формам и средствам выразительности, характерным для французской музыки.

Концерт для фагота, струнного оркестра, арфы и фортепиано был написан в 1954 году как конкурсное произведение Парижской консерватории. Этот концерт является одним из одиннадцати концертов, созданных композитором в послевоенный период. В этих сочинениях Жоливе в полной мере мог выразить свою индивидуальность, а сотрудничество с выдающимися солистами того времени давало неограниченную свободу для создания ярких и выразительных произведений.

Создавая конкурсное произведение, где большую роль играет демонстрация выразительных возможностей солиста, композитор воплощает в цикле художественные образы, близкие ему. В двухчастном цикле Концерта каждая часть которого подразделяется на контрастные разделы (I. A. *Recitativo*, B. *Allegro giovale*; II. A. *Largo cantabile*, B. *Fugato*), образуя структуру, близкую жанру сюиты. Композиторская техника Жоливе в данном сочинении включает в себя как классические (имитационная техника в Фугато), так и авангардистские приемы (12-тоновая серия в Речитативе), а в плане стилистики можно встретить отсылки и к раннему периоду творчества композитора («ритуальные» мотивы отдельных тем), и к послевоенным неоклассическим экспериментам (элементы сюитности, традиционные для французской музыки), и даже черты популярной музыки. Концерт представляет собой прекрасный пример синтеза различных стилевых пластов творчества Жоливе, базирующихся на фундаменте классической формы.

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ НОРВЕЖСКОЙ КОМПОЗИТОРСКОЙ ШКОЛЫ В XIX СТОЛЕТИИ

Студ. Степанова А.Ю., гр. АМДХ-115

Научный руководитель: доц. Ренёва Н.С.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Основными предпосылками формирования норвежской композиторской школы в XIX веке являются уникальные исторические обстоятельства, развитие национального языка, литературы и поэзии, собирание фольклора, а также особенности музыкального образования в Европе того времени.

На протяжении всего XIX века между Швецией и Норвегией возникали политические конфликты. Это способствовало патриотическому подъёму, который сказался на всех областях культуры. Появились крупные национальные деятели: в поэзии – Генрик Вигерланд, в живописи – Адольф Тидеман, в музыке – Эдвард Григ.

В 1850 году Ивар Осен создал норвежскую грамматику и словарь, благодаря которым появились качественные норвежские тексты и увеличилось количество обращений композиторов к ним.

Замечательный расцвет переживает норвежская литература, давшая крупнейших драматургов – Генрика Ибсена (1828-1906 гг.) и Бьёрнстjerne Бьёрнсона (1832-1910 гг.), тексты которых использовали в своём творчестве многие норвежские композиторы, в том числе Эдвард Григ и Юхан Свенсен.

Музыкальный фольклор и опыт собирания образцов народного музыкального и немusicalного творчества – еще одна важная часть фундамента, сформировавшего норвежскую композиторскую школу. Так, Людвиг Матиас Линнеман провёл большую работу по собиранию народных мелодий и на их основе создал сборники народных песен и их обработок. К этим сборникам обращались практически все норвежские композиторы XIX века, и это повлияло на общий национальный композиторский стиль.

Получение музыкального образования в Германии способствовало синтезированию национальных и западноевропейских элементов в музыке норвежских композиторов.

Достижения норвежской композиторской школы во второй половине XIX – начале XX века вызвали стремительное развитие музыкальной культуры страны. В Кристиании открывается первая национальная консерватория (1883 г.), которую основал Людвиг Линнеман, а с 1899 года в Национальном театре ставятся оперы и оперетты с участием только норвежских артистов.

ОПЕРА «ТРАВИАТА» ДЖУЗЕППЕ ВЕРДИ: К ПРОБЛЕМЕ СЦЕНИЧЕСКОГО ВОПЛОЩЕНИЯ АВТОРСКОГО ЗАМЫСЛА

Студ. Стефаненко Е.А., гр. АМВИА-117

Научный руководитель: доц. Глухова Е.В.

Кафедра Музыковедения, дирижирования и аналитической методологии

Сценическое воплощение произведения музыкального театра можно трактовать как режиссерское прочтение, или интерпретацию, авторского сочинения. В современном обществе проблема интерпретации предопределяется устойчивой репертуарной политикой театров: значительная доля произведений, которые ставятся на сцене, – это так называемая оперная «классика», шедевры мирового музыкального театра, которые любимы публикой. Такая ситуация приводит к тому, что постановка одних и тех же опер из года в год требует от режиссера поиска все более новых и интересных решений.

Исследование современных методов сценического воплощения «классического» произведения было проведено на материале оперы Джузеппе Верди «Травиата» (1853 г., либретто Ф.М. Пьяве). В качестве материала исследования были выбраны: постановка под руководством В. Деккера, 2005 г. (исп. Анна Нетребко, Венская филармония, дирижер Карло Рицци) и фильм-опера «Травиата из Парижа» режиссёра Джузеппе Патрони Гриффи и продюсера Андреа Андерманна, 2000 г. (исп. Этери Гвазава).

Постановка Деккера обращает на себя внимание минималистичностью сценических средств, герои оперы Верди помещены в ирреальное символическое пространство. Сцена, вызывающая ассоциации с белом листом бумаги, позволяет максимально сконцентрировать внимание зрителя на артистах, на акцентах в сюжете, расставленных режиссером; она становится своего рода *tabula rasa*, очищенной от культурно-бытовых и исторических условностей.

В фильме-опере Гриффи – Андерманна постановка «Травиаты» осуществляется на «открытом воздухе», с использованием технических средств кино и телевидения, что позволило транслировать ее в прямом эфире в 125 странах мира. По словам Андерманна, его основной задачей было «снять классическую оперу со сцены и поставить ее так, чтобы она была современной, но при этом не теряла свою историческую ценность».

Проблема сценического воплощения авторского замысла на основе классических произведений в настоящее время достаточно актуальна. Решая проблемы актуализации произведения, баланса между традициями и новаторством, символическостью и бытовой достоверностью, режиссер открывает новые пути развития современного оперного театра.

ЖАНР ГИТАРНОЙ СОНАТЫ В ТВОРЧЕСТВЕ КОМПОЗИТОРОВ XX ВЕКА

Студ. Фролов В.В., гр. АМИКГ-114

Научный руководитель: доц. Финкельштейн Ю.А.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Соната – наиболее действенная, емкая, содержательная, яркая и драматургически целостная форма. Основными ее чертами являются разработанность и драма. Целью предлагаемого исследования стала характеристика жанра гитарной сонаты в XX веке, выявление его основных черт, обозначение основных ступеней эволюции жанра в XX веке.

Анализ музыки гитарных сонат европейских композиторов XX века (А. Хосе, М. Кастельнуово-Тедеско, Х. Родриго, Ф. Морено-Торроба, М.Д. Пухоль, Х. Турина, М.М. Понсе, А. Хинастера, Р. Дьенс, Х.В. Хенце, Л. Брауэр, П. Васкс, А.Г. Абриль, Д. Богданович) и отечественных (В. Шебалин, Э. Денисов, В. Кикта, И. Рехин, Е. Поплянова, П. Васкс, Н. Кошкин, Е. Баев, В. Харисов) показал, что основной тенденцией в развитии жанра сонаты в гитарной музыке является его сближение с сюитой. Эта черта проявляется в появлении программных сонат, яркой образности, преобладании экспозиционного типа изложения, нивелировании разработанности, появлении жанровых частей. Кроме того, заметим, что гитарная соната развивается по тем же принципам, что и соната для других инструментов, но с некоторым запаздыванием.

Этапы эволюции гитарной сонаты:

1. Сонаты с названиями, но традиционные по форме: Понсе, Хосе, Кастельнуово-Тедеско, Родриго (1920-е – 1960-е годы);

2. Сонаты, близкие сюите (экспозиционный тип изложения, созерцательность, образность, жанровость, близость к эстрадной музыке, отсутствие или минимум черт сонатного *allegro*): Денисов, Дьенс, Шебалин, Кикта, Хенце, Брауэр, Васкс, Хинастера (1960-1990-е годы);

3. Традиционное осмысление сонатной формы в рамках современного музыкального языка (отсутствие программности, разработанность, наличие черт сонатного *аллегро*): Кошкин, Поплянова, Рехин, Баев (1980-90-е годы).

В XX веке сближение концепций сонаты и сюиты происходит на новом уровне (нежели в эпоху барокко). Трактовка жанра предполагает свободу выбора формы и средств. В рамках авангарда и постмодернизма соната наполняется композиторами новым содержанием и новым языком, временами утрачивая свои основные качества: разработанность, столкновение образов, взаимодействие мотивов. Иные композиторы видят основной смысл сонаты именно в возможности драмы, которую она дает.

ОСОБЕННОСТИ ХОРОВОГО СТИЛЯ Н.Н. СИДЕЛЬНИКОВА НА ПРИМЕРЕ ЦИКЛА «СОКРОВЕННЫ РАЗГОВОРЫ» ДЛЯ ХОРА А CARPELLA

Студ. Фролова Д.М., гр. АМХРАХ-115

Научный руководитель: доц. Ренёва Н.С.

Кафедра Музыкаведения, дирижирования и аналитической методологии

Кантата «Сокровенны разговоры» Н.Н. Сидельникова была написана в 1975 году и посвящена известному российскому хоровому дирижеру Б.И. Куликову. В основу кантаты положены подлинные народные тексты: страшные былички о нечистой силе, проклятых местах, разбойниках, несчастной любви, утонувших моряках. Предметом нашего исследования стал хоровой стиль «Разбойной песни» № 3 из семичастного цикла «Сокровенных разговоров».

«Разбойная песня» написана в трехчастной репризной форме. Тематическую канву первой части образует оstinatно повторяющаяся мелодическая фраза, мотивы которой поделены между нижними голосами мужского хора. При размере 5/8 такая диспозиция материала вызывает определенные координационные трудности исполнения и требует особой метроритмической точности. Вторая часть может быть условно поделена на два раздела. Первый, в стремительном темпе «пролетающий» раздел написан в моноритмической фактуре и требует повышенного внимания к вокальной интонации, так как образующиеся вертикали преимущественно диссонантны и содержат много секунд. Второй раздел звучит в размеренном темпе, однако интонационная сложность и насыщенность вертикалей увеличивается. Возникают широкие скачки на составные интервалы в партиях женских голосов, обособляется партия альтов с характерными «стонами» в диапазоне децимы, напоминающими завывания ветра. В динамизированной репризе уплотняется фактура верхних голосов, достигаются кульминационные высокие звуки в составе терпких диссонирующих гармоний на фоне басового оstinато.

Основные особенности хорового письма, проявляющиеся в «Разбойной песне», типичны для хорового стиля композитора. Среди них важное место занимает свободное оперирование двенадцатиполутоновой звуковой шкалой, сочетание свободной ритмики, выдержанных педалей и оstinатности, чередование разных стилей вокализации – речитации, скороговорки, кантиленного пения, звукоизобразительности, подражания инструментальному звучанию.

МУЗЫКАЛЬНЫЕ ДИАЛОГИ В КЛАССЕ КАМЕРНОГО АНСАМБЛЯ: ЭПОХИ И СТИЛИ

Студ. Широковская О.М., гр. АММИФ-116

Научный руководитель: проф. Радзецкая О.В.

Кафедра Фортепианного исполнительства, концертмейстерского мастерства и камерной музыки

В теории и истории культуры диалог – это символ познания мира, абсолютная мыслительная категория, позволяющая объединить пространство и время, разум и эмоции, возвышенное и земное в единую творческую систему. М.М. Бахтин – великий русский философ и культуролог – определяет диалогические отношения как центр и ядро человеческого общения. По мнению ученого, научное познание мира монологично, духовное общение сопровождается художественный взгляд на мир и активно переосмысливает его содержание.

Литература и искусство формируют сокровенный мир индивида как уникальное пространство внутреннего бытия, создают мыслительные основы, воплощенные в различных текстовых формах, транслируемых в окружающий социум. Отсюда рождается диалог и его различные воплощения, оказывающиеся предметом и объектом гуманитарных исследований.

Музыкальные диалоги – это тонкая грань между композитором, исполнителем и слушателем, общение, развивающееся в многомерной смысловой проекции текста, звука и интерпретации, единства и разности их восприятия. Разнообразны и проявления музыкального диалога в процессе эволюции музыкального стиля и жанра.

В камерном музицировании сочинения от эпохи барокко к романтизму устанавливают прочную взаимосвязь между участниками ансамбля в идентичном понимании музыкального текста, интонационного строя произведения и других средств выразительности. В процессе исполнения музыкальная мысль движется параллельно у участников ансамбля, помогая выстраивать драматургию произведения, наполняя интерпретацию смыслом и содержанием. Диалогическое мышление участников камерного ансамбля позволяет тембровым краскам разных инструментов сливаться в единое благородное звучание, открывая целую палитру красок и возможностей исполнения.

Таким образом, музыкальные диалоги являются важным критерием в построении яркой концептуальной линии исполнения.

МАРИМБА: ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И ОСНОВНЫЕ ПОСТАНОВКИ ПРИ ИГРЕ НА ИНСТРУМЕНТЕ

Студ. Шуяков Д.А., гр. АММИД-116

Научный руководитель: доц. Семеряга И.В.

Кафедра Концертного исполнительства на оркестровых духовых и ударных инструментах в классике и джазе

Маримба – это клавиатурный ударный музыкальный инструмент (родственник ксилофона), состоящий из укрепленных на раме деревянных брусков, которые называются «клавиши» или «плашки». Плашки маримбы сделаны из натуральной древесины розового гондурасского дерева или палисандра. Они расположены и настроены по принципу хроматической клавиатуры фортепиано. Плашки находятся над металлическими трубами – резонаторами. Инструмент обладает богатым и глубоким звучанием, которое позволяет добиться выразительной точности в любом произведении.

История маримбы начинается в Малайзии. Оригинальный вариант маримбы до сих пор встречается в музыке народов Африки, Южной Америки, Индонезии и Дальнего Востока. В настоящее время композиторы используют маримбу как сольный и оркестровый инструмент в музыкальных произведениях разных стилей и жанров. Среди выдающихся авторов, сочинявших для маримбы, выделим Оливье Мессиана, Тору Такемицу, Карен Танаку, Дженнифер Хигдон, Нейбошу Живковича, И Чен, Марьяна Мозетича, Андрея Дойникова.

Для игры на маримбе существует множество видов палочек с наконечниками из резины, дерева или пластика. Точный подбор палочек под определенное произведение позволит музыканту добиться определенного тембра и звучания.

Современные техники игры на маримбе подразумевают под собой игру сразу несколькими палочками. Обычно используются 2-4 палочки, намного реже 5-8. На инструменте можно исполнять, как мелодию, так и гармонию, нередко можно встретить виртуозные пассажи. В настоящее время маримба – это один из самых перспективных сольных музыкальных инструментов в мире. Современный исполнитель на маримбе играет сразу четырьмя палочками, держу по две в каждой руке. Такие методы игры на маримбе появились совсем недавно, так как композиторы стали ставить перед исполнителями все более сложные технические задачи. Во всех четырехпалочных постановках внутренняя палочка держится большим и указательным пальцами. На сегодняшний день можно говорить о четырех техниках игры на маримбе: традиционном или перекрестном методе, методе Г. Бёртона, методе О. Массера, методе Л. Стивенсона.

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОГО ПРИМЕНЕНИЯ НОРМ ИНСТИТУТА СУЩЕСТВЕННОГО ИЗМЕНЕНИЯ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ В РОССИЙСКОЙ ЮРИСДИКЦИИ

Студ. Егоров И.А., гр. АМЮ-115

Научный руководитель: ст. преп. Новиков И.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Проблема эффективного применения правил института существенного изменения обстоятельств не теряет своей актуальности, особенно на фоне кризисных явлений в национальной экономике. Очевидно, изменение хозяйственной ситуации требует изменения хозяйственных связей, поэтому от эффективности самих правил ГК РФ о существенном изменении обстоятельств и практики их применения во многом зависит мобильность национального хозяйствования.

Примечательно, что в судебной практике по-прежнему встречаются решения, порождающие сомнения в эффективности и правильности применения соответствующих правил ГК РФ. С одной стороны, это негативное явление вызвано отсутствием полноценной доктрины существенного изменения обстоятельств, а другой – «отрывом» правоприменения от доктрины: не секрет, что правоприменитель (преимущественно, арбитражные суды) в настоящее время все более отдаляются от доктринальных выводов, что становится особенно заметно на фоне упразднения ВАС РФ.

Очевидно, в основе любого обязательства лежит баланс интересов сторон, но хозяйственная жизнь сложна и непредсказуема, потому соблюдение баланса на поверку оказывается сложной и не всегда реализуемой задачей. Например, когда одна сторона теряет либо существенно теряет заинтересованность в обязательстве, при том, как заинтересованность другой стороны либо возрастает, либо остается прежней. Нарушение баланса в данном случае часто приводит к несостоятельности стороны. Цель законодателя и правоприменителя – минимизировать негативные последствия нарушения баланса интересов сторон.

В судебной практике отсутствует единый взгляд относительно того, какие изменения обстоятельств можно отнести к числу существенных. Часто встречаются случаи смешения существенного изменения обстоятельств со смежными институтами (например, с обстоятельствами непреодолимой силы). Предполагаем, что это связано в основном с тем, что ни судьи, ни стороны не имеют четкого представления о юридической природе института существенного изменения обстоятельств.

В целях создания условий эффективного разрешения указанной категории дел, а также для совершенствования правоприменительной практики судов, представляется необходимым:

- определить юридическую природу нарушенного баланса интересов;
- определить юридическую природу института существенного изменения обстоятельств;
- определить соотношение нарушенного баланса интересов и существенного изменения обстоятельств;
- определить критерий «существенности» изменения обстоятельств;
- отграничить смежные институты от рассматриваемого;
- изменить п.4 ст. 451 ГК РФ, указав приоритет изменения договоров, а не расторжения.

ПРОБЛЕМА КВАЛИФИКАЦИИ ИМПЕРАТИВНЫХ НОРМ ДОГОВОРНОГО ПРАВА

Студ. Богатырев Я.В., гр. АМЮ-115

Научный руководитель: ст. преп. Новиков И.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

На современном этапе развития договорных отношений представляется актуальным вопрос о проблеме квалификации правовых норм судами в качестве императивных, где презумпция диспозитивности, фактически закрепленная в Постановлении Пленума Верховного Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 №16 «О свободе договора и ее пределах», должна опровергаться судами самостоятельно, исходя из ряда фактологических условий конкретного правоотношения. На практике же зачастую возникает проблема, когда суды по инерции, оставшейся со времен советского правового порядка, либо не желая инициативно осуществлять квалификацию спорной нормы, игнорируют правила, установленные Пленумом ВАС РФ и признают эту норму императивной без веского на то политико-правового основания, не мотивируя свое решение относительно данного вопроса, оставляя выявление природы нормы судам высшей инстанции, что приводит к дестабилизации оборота.

В исследовании будут рассматриваться некоторые вопросы, которые требуют от судьи решения при опровержении презумпции диспозитивности, а именно выявление цели правового регулирования при квалификации императивной нормы, а также проблемы взаимосвязи субъектного состава правоотношения с квалификацией правовой нормы. Также будет критиковаться формальный подход определения вида правовой нормы, согласно которому отнесение нормы к императивной или

диспозитивной осуществляется исходя из формальных признаков, закрепленных в самой норме.

В связи с чем целесообразно выделить ряд практических проблем, возникших в результате судебной дискреции:

1. Ограничение свободы договора в сфере коммерческих договоров, где суды злоупотребляют формальным подходом к квалификации нормы.

2. Неспособность сторон верно оценить все риски условий заключаемого договора ввиду непредсказуемости квалификации спорной нормы судом.

3. Отсутствие упорядоченной судебной практики, что может негативно сказаться на экономическом обороте и оттоке иностранного элемента.

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДЕЛОВ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРАВ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКА. ПРЕЗУМПЦИЯ ДОБРОСОВЕСТНОСТИ В НАЛОГОВОМ ПРАВЕ

Студ. Былинин Н.С., гр. АМЮ-115

Научный руководитель: доц. Григорьев А.И.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

С принятием постановления Пленума ВАС РФ от 12.06.2005 № 53, на протяжении более десяти лет, в налоговом праве существовал судебный прецедент. ВАС РФ в своем решении вывел так называемую презумпцию добросовестности налогоплательщика, которая в НК РФ до той поры отсутствовала. Наконец, только в 2017 году законодателем была введена ст. 54.1 НК РФ «Пределы осуществления прав по исчислению налоговой базы и (или) суммы налога, сбора, страховых взносов».

Новелла налогового законодательства содержит список недобросовестных действий налогоплательщиков, при которых Федеральная налоговая служба Российской Федерации будет отказывать в признании расходов и вычетов из налоговой базы – добросовестные и недобросовестные действия объединяются теперь не формальными критериями, а принципом реальности операций налогоплательщика.

Положительным моментом статьи 54.1 НК РФ для налогоплательщика является то, что не могут рассматриваться в качестве отдельного основания для признания уменьшения налогоплательщиком налоговой базы и (или) суммы налога, подлежащего уплате, неправомерными такие факты, как наличие возможности получения налогоплательщиком того же результата экономической деятельности при совершении иных не запрещенных законодательством сделок, подписание первичных бухгалтерских документов неустановленным лицом, а также

нарушение контрагентом налогоплательщика законодательства о налогах и сборах.

Исходя из этого, и придерживаясь мнения налоговых экспертов, считаем, что налоговый орган, выявив налоговую схему, должен установить ее действительный экономический результат и исходя из него доначислить налоги, а не вменять налогоплательщику полностью всю выручку от продажи через аффилированных (взаимозависимых либо подконтрольных) лиц без учета расхода, которые они понесли. Ведь полное лишение права на налоговые вычеты и расходы противоречит налоговому законодательству, ведет к неосновательному обогащению и налоговому произволу государства.

ПРАВОВАЯ ПРИРОДА АУТСОРСИНГА

Студ. Чиркина О.С., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: ст. преп. Кайнер О.В.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Несмотря на то, что в России аутсорсинг (договор о передаче неосновных для компании сфер деятельности специализированной организации) появился в девяностые годы двадцатого века, вопрос о правовой природе данного института остается актуальным. Главной причиной является отсутствие достаточного нормативно-правового регулирования аутсорсинга, что также порождает трудности в правоприменительной практике.

Для решения поставленного вопроса необходимо определить специфические признаки аутсорсинга. Во-первых, предметом договора выступают непрофильные функции или бизнес-процессы (бухгалтерский учет, обслуживание компьютерной, офисной техники, локальных сетей, юридические услуги, подбор персонала, услуги по охране и др.), что сближает аутсорсинг с договором возмездного оказания услуг и подрядом, но отличает от смежного договора аутстаффинга, где предметом выступает трудовая функция работника.

Во-вторых, субъектный состав представлен заказчиком – лицом, делегировавшим свои непрофильные функции и бизнес-процессы, и аутсорсером – лицом, реализующим за вознаграждение эти функции, и для которого данная деятельность является основной. В данных отношениях работник – лицо, посредством которого аутсорсер выполняет свои основные обязанности. Он никак не связан с заказчиком. В-третьих, договор аутсорсинга является консенсуальным, возмездным, двусторонне обязывающим.

Кроме вышеперечисленного особенностью аутсорсинга является длительный, долгосрочный характер выполнения функций, что отличает

его от договора возмездного оказания услуг и подряда. Поскольку указанные договоры имеют разовый характер.

Таким образом, аутсорсинг необходимо признать непоименованным гражданско-правовым договором, схожим с договором возмездного оказания услуг и подрядом.

В связи с этим предлагаем закрепить в Гражданском кодексе Российской Федерации понятие договора: «аутсорсинг – соглашение о передаче одной стороной (заказчиком) своих отдельных функций, не являющихся для нее основными, (непрофильных) или бизнес-процессов для выполнения их другой стороной (аутсорсером) за вознаграждение» и разработать основные положения, регулирующие правоотношения, возникающие из данного договора.

НОВЫЕ ФОРМЫ ЗАВЕЩАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ

Студ. Ивкова М.Н., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: доц. Мочалова В.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Проблема наследования по завещанию является актуальной для российского законодательства, поскольку на момент открытия наследства зачастую возникают трудности с распределением наследственной массы между лицами, которые могут призываться к наследству. Данную проблему был призван решить новый Федеральный закон от 19.07.2018 № 217-ФЗ «О внесении изменений в статью 256 части первой и часть третью Гражданского кодекса Российской Федерации». Причинами для его принятия послужили следующие факторы. Во-первых, новые для российского гражданского законодательства юридические конструкции – такие как совместное завещание и наследственный договор – уже давно существуют во многих странах мира (Германия, Австрия, Венгрия, Швейцария, Латвия, Украина, США и Англия) и являются дополнительными основаниями для наследования после наследования по закону. Во-вторых, еще 13 июня 2013 года Государственной Думой рассматривался проект Федерального закона «О внесении изменений в раздел V части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» (Проект № 295719-6), который предусматривал создание в российском гражданском праве такого института, как наследственный договор, но в экспертном заключении от 24 ноября 2014 года был сделан вывод о том, что данный законопроект не может быть поддержан по концептуальным соображениям, а 16 февраля 2015 года он был снят с рассмотрения. Новый законопроект от 2018 года учел мнение экспертов Совета при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского

законодательства, изменил концепцию наследственного договора, перейдя от украинской формы к германской, и также расширил ее таким институтом, как совместное завещание, принимая во внимание опыт зарубежных стран.

По изученному нами законопроекту можно сделать следующие выводы:

1. Совместное завещание и наследственный договор являются формами исключительно открытого завещания.

2. Совместное завещание и наследственный договор не должны противоречить нормам Гражданского кодекса РФ об обязательной доли в наследстве и о запрете наследования недостойными наследниками.

3. Объектами совместного завещания и наследственного договора могут выступать любые не ограниченные в гражданском обороте вещи, принадлежащие наследодателю на праве собственности (а равно и имущество, находящееся в совместной собственности супругов).

4. Совместное завещание и наследственный договор составляются в письменной форме, подлежат исключительно нотариальному заверению под видеофиксацию (в случае отсутствия возражения сторон) и являются ничтожными, если были нарушены вышеперечисленные требования или были совершены в чрезвычайных обстоятельствах.

5. Совместное завещание и наследственный договор могут быть оспорены по иску любой из сторон, как при жизни, так и после смерти наследодателя (а равно и смерти одного из двух наследодателей при совместном завещании), либо же по иску любого лица, права и законные интересы которого были нарушены данным совместным завещанием или наследственным договором.

6. Допускается внесение изменений в совместное завещание и наследственный договор с обязательным нотариальным удостоверением таких изменений и направлением нотариально заверенных копий другой стороне.

7. Совместное завещание и наследственный договор могут быть расторгнуты в любой момент (а равно после смерти одного из супругов при совместном завещании). При расторжении наследственного договора со стороны наследодателя у него возникает обязанность возместить другим сторонам понесенные ими убытки, если таковые возникли в результате расторжения наследственного договора.

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ПРИЗНАНИЯ ДОГОВОРА ДАРЕНИЯ НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНЫМ

Студ. Хохлова Д.Ю., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: доц. Мочалова В.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В настоящее время актуальной остаётся проблема признания договора дарения недействительным, поскольку в современном обществе всё чаще встречаются случаи нарушения установленных законом правил для заключения данного договора. Случаи признания договора дарения недействительным являются достаточно сложными категориями дел, поскольку суду необходимо не только рассмотреть имеющиеся доказательства, но и понять волеизъявление сторон договора в момент заключения.

Причинами возникающих проблем признания договора дарения недействительным являются все большее использование участниками гражданских правоотношений обмана, введение дарителя в заблуждение, совершение договора дарения лицом, не имеющим на это право и иные сходные случаи. Негативным следствием здесь выступает нарушение прав и законных интересов граждан. При этом не всегда нарушаются права только сторон договора, также могут нарушаться права третьих лиц (родственников сторон и т.д.) Поэтому следует решать рассматриваемую проблему во избежание случаев обмана при заключении договора дарения. В связи с этим, представляется возможным предложить следующие пути решения указанной проблемы:

внести в законодательство норму об обязательном нотариальном удостоверении договора дарения, вне зависимости от вида передаваемого имущества с целью разъяснения нотариусом сути совершаемой сделки с целью избежания последующего признания договора дарения недействительным;

сделать договор дарения подлежащим государственной регистрации, вне зависимости от предмета дарения;

обратить особое внимание судьям при рассмотрении дел о признании договора дарения недействительным на волеизъявление сторон при заключении договора дарения;

усилить контроль за мнимыми и притворными сделками.

ПРОБЛЕМА ПРИОРИТЕТА ИНТЕРЕСОВ И БЛАГОПОЛУЧИЯ РЕБЕНКА ПРИ РАЗВОДЕ РОДИТЕЛЕЙ

Студ. Сосницкая Т.С., гр. АМЮ-217

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В Российской Федерации, как и в любом ином современном государстве, в последнее время растет процент разводов. По данным Росстата в 2016 году распалось более 60% союзов: было заключено всего 985000 браков и состоялось 608000 разводов. К сожалению, большинство распадающихся семей имеют несовершеннолетних детей. В таких случаях бракоразводный процесс невозможен без судебного разбирательства.

В настоящее время закрепились «традиция» оставлять ребенка с матерью, не учитывая при этом интересы несовершеннолетнего и приоритет его благополучия. Данная проблема является актуальной и требующей решения, ведь согласно ст. 57 Семейного кодекса Российской Федерации несовершеннолетний вправе выразить собственное мнение при решении в семье любого вопроса, затрагивающего его интересы. Родители же, следуя ст. 61 Семейного кодекса РФ, имеют равные права в отношении своих детей. Из этого следует незаконность в отведении предпочтения матери при решении данных разбирательств. Проблема заключается не только в дискриминации отца, как возможного дальнейшего опекуна ребенка, но и в расплывчатости понятий «интересов» и «благополучия» несовершеннолетнего. В связи со сказанным предлагаю следующие способы улучшения сложившейся ситуации:

1. Зафиксировать значимость при рассмотрении судами дела таких факторов как отношение ребенка к каждому из родителей, степень его привязанности к ним.

2. Проводить более тщательный анализ условий, предоставляемых каждым из родителей, для дальнейшего развития и воспитания несовершеннолетнего, их моральные и личные качества.

3. Обязать судебные органы проводить более детальное изучение психического состояния ребенка.

ИМУЩЕСТВЕННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ЛИЦ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Студ. Степанова О.И., гр. АМЮ-217

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В настоящее время актуальной является проблема несения имущественной ответственности, за неисполнение обязательств, лицами от 14 до 18 лет, которые занимаются предпринимательской деятельностью. Актуальность данной проблемы связана с тем, что на современном этапе развития общества несовершеннолетние лица обладают более развитым правосознанием и развитой правовой культурой. Исходя из этого, у них появляется воля на занятие предпринимательской деятельностью до достижения ими возраста совершеннолетия и получения полной дееспособности.

Согласно действующему российскому гражданскому законодательству лица от 14 до 18 лет имеют право заниматься предпринимательской деятельностью. Однако осуществление предпринимательской деятельности несовершеннолетними и не обладающими полной дееспособностью лицами, вызывает определенные сложности с практической и сущностной стороны предпринимательской деятельности. К таким сложностям, в первую очередь, относят реализацию имущественной ответственности за неисполнение обязательств.

В этой связи можно поставить следующие задачи, решение которых должно помочь разрешить поставленную проблему:

обязать законных представителей обеспечивать надзор за осуществлением несовершеннолетним лицом предпринимательской деятельности;

законодательно закрепить за предпринимателем в возрасте от 14 до 18 лет обязанность информировать законных представителей о совершении сделок, исполнение которых может повлечь значительные имущественные потери;

закрепить возможность осуществления несовершеннолетним лицом от 14 до 18 лет предпринимательской деятельности, связанной с возможностью возникновения значительных имущественных потерь, только с письменного согласия законного представителя.

ПРОБЛЕМЫ ЛИШЕНИЯ РОДИТЕЛЬСКИХ ПРАВ

Студ. Бабаева Э.Э., гр. АМЮ-117

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Лишение родительских прав актуальная тема в современном обществе, поскольку считается крайней мерой защиты прав детей. Данный способ защиты прав детей применяется при несоблюдении родителями их обязанностей, предусмотренных Конституцией Российской Федерации и Семейным кодексом Российской Федерации. Ежегодно около 100 тыс. детей остаются без попечения, и большинство «социальные сироты» – дети, брошенные родителями или отобранные у родителей, не выполняющих свои обязанности. Число исков о лишении родительских прав с каждым годом растет, в то время как количество исков о восстановлении в родительских правах значительно снижается.

В связи с этим, следует выделить следующие проблемы при исследовании этой темы:

лишение родительских прав как крайняя мера юридической ответственности в семейном праве;

злоупотребление правом, как основную причину лишения родительских прав;

основания для восстановления родительских прав;

изучить роль органов опеки при рассмотрении дел о лишении родительских прав.

ПРЕКРАЩЕНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

Студ. Пошехонов И.А., гр. АМЮ-117

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Жизнь в современном обществе динамична и постоянно претерпевает значительные изменения, что заставляет государство модернизировать законодательство и разрабатывать эффективные способы решения постоянно возникающих проблем. Среди широкого перечня подобных проблем особое место занимает вопрос правового регулирования обязательств и, в частности, прекращения обязательств, что обусловлено постоянным развитием данной сферы гражданского права.

Обязательства являются одним из наиболее распространенных видов правоотношений, а также необходимым и одним из наиболее важных элементов функционирования рыночных отношений в государстве. Именно поэтому их прекращение требует четкого и грамотного

регулирования на законодательном уровне, которое обеспечит необходимые условия для их применения.

Однако законы Российской Федерации содержат в себе ряд проблем, затрудняющих нормальное функционирование института прекращения обязательств и требующих от государства внесения значительных изменений в действующее законодательство.

Исходя из выше сказанного, можно выделить следующие аспекты:

обновление положений, содержащихся в отдельных статьях 26 главы Гражданского кодекса Российской Федерации, соответствующих современному уровню развития общественных отношений;

внесение дополнительных положений, закрепленных в статье 414 Гражданского кодекса РФ, о прекращении обязательства новацией, которые конкретизируют требования к форме соглашения о новации и дадут определения предмету и способу исполнения;

изменение формулировки статьи 409 Гражданского кодекса Российской Федерации во избежание проблем, возникающих на стадии применения данной нормы права на практике;

уточнение статьи о прекращении обязательства зачетом, которое позволит преодолеть проблемы, связанные с ошибочным толкованием нормативного текста.

ПРОБЛЕМА ОТСУТСТВИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РФ

Студ. Максимова Л.А., гр. АМЮ-115

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Реклама – это сложное и противоречивое понятие, которое очень благоприятно влияет на экономику в целом, но, с другой стороны, несет в себе и отрицательные качества, такие как развитие монополизации, скрытая форма насилия над волей и т.д. А самое главное на сегодняшний день – наличие пробелов в законодательстве в сфере рекламы, так как не полное регулирование данной сферы общественных отношений приводит к нарушению других предписаний законодательства. Так, например, особенное внимание к себе привлекает Интернет-реклама, которая не нашла еще свое регулирование в законодательстве. Отсутствие четко регламентированного порядка размещения Интернет-рекламы, в первую очередь, приводит к многочисленным нарушениям предписаний закона.

Отсутствие четкого регулирования дает много возможностей нарушителям законодательства. Часто интернет пользователи размещают рекламу, которая не соответствует нормам закона, что, соответственно,

приводит ко многим другим проблемам, дает возможность для размещения недобросовестной рекламы. Примеров недобросовестной рекламы множество в судебной практике. Но практически нет примеров судебной практики по поводу размещения недобросовестной рекламы в социальных сетях, на различных форум-площадках и т.д.

Данная тема достаточно актуальна на сегодняшний день, так как сегодня бурное развитие получили социальные сети, различные Интернет-площадки. И также с каждым днем возрастает значение рекламной деятельности. В современную эпоху нельзя представить действительность без различных рекламных продуктов. Ввиду этого следует четко выявить проблемы действующего законодательства, а также его пробелы, которыми пользуются в свою выгоду недобросовестные пользователи Интернета.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что особенности размещения рекламы в социальных сетях должны быть четко урегулированы в законодательстве. Для решения выявленных проблем предлагаю и считаю целесообразным: провести полный анализ Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе»; добавить нормы о регулировании сферы Интернет - рекламы в указанный закон; усилить контроль уполномоченных органов за рекламной деятельностью в сети Интернет.

ПРИБРЕТАТЕЛЬНАЯ ДАВНОСТЬ

Студ. Рязанцева М.Д., гр. АМЮ-117

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Современное российское гражданское законодательство предусматривает различные способы приобретения права собственности. Одним из таких способов, согласно статье 234 Гражданского кодекса Российской Федерации является приобретательная давность.

Институт приобретательной давности занимает отдельное место в гражданском праве и является актуальным на текущий момент, так как именно с его помощью у нас есть возможность снизить неопределенность в правовой принадлежности имущества и защитить добросовестного владельца от противоправных посягательств. Данный способ приобретения права собственности является исключительным и необходимым лишь в случаях, когда объект гражданских прав выходит из гражданского оборота, по причине отсутствия собственника, хотя и при наличии фактического обладателя, владельца.

Вследствие своей исключительности, настоящий правовой институт имеет сложный юридический состав, который включает в себя несколько

элементов, четко не сформулированных в законе, однако выработанных в практике Верховного Суда Российской Федерации.

Именно отсутствие подробных критериев определяет проблематику приобретательной давности как способа приобретения права собственности. Проблематика заключается в следующем: субъективность категории добросовестности, необходимой для установления добросовестности владельца; специфика определения момента, с которого начинается срок давностного владения; процесс судебного доказывания добросовестности владения, распределение бремени доказывания; специфика понятия непрерывности владения; случаи, при которых не наступает непрерывность владения.

ИСТОРИЯ КАНОНИЧЕСКОГО ПРАВА В РОССИИ

Студ. Лапенков Д.Е., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В настоящее время каноническое право не представляет особого интереса для общества из-за того, что им пользуется только определенная, пусть и большая группа людей – служители церкви. Однако церковное право оказало значительное влияние на формирование современного права.

История канонического права на Руси начинается с 988 года, когда произошло Крещение. Такие сборники византийского права как Номоканон, Эклога, Прохирон и другие явились источниками «Кормчих книг». Церковное право стало регулировать не только вопросы церковной жизни, но и семейные отношения.

Развитие канонического права шло параллельно с борьбой духовной и светской властей. И если на Западе духовная власть на несколько веков стала главенствующей, то в России церковь была присоединена к государству. Многие нормы канонического права были включены в Стоглав и Соборное уложение. Расцвет церковного права пришелся на первую половину XIX века, когда началась систематизация российского законодательства, а в университетах началось преподавание церковного права, и была проведена первая попытка определения церковного права в системе российского права. В период советского государства наука канонического права была практически уничтожена. Ее возрождение началось после 1991 года.

Несмотря на непопулярность канонического права, для нас оно все равно представляет интерес, поскольку на протяжении всей истории оно влияет на такие отрасли права, как семейное, уголовное и другие.

До сих пор идет спор о природе канонического права: является ли оно самостоятельной отраслью права или все же частью корпоративного? В некоторых отраслях права существуют проблемы его отражения, которые необходимо решить.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ БОРЬБЫ С НАРУШЕНИЯМИ АВТОРСКИХ ПРАВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Студ. Бекиров Р.М., гр. АМЮ-115

Научный руководитель: доц. Дейнеко А.Г.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В современном мире уровень развития технологий играет огромную роль, которая может быть как положительной, так и отрицательной. Положительная составляющая и так всем известна и намного чаще воспринимается обществом. А вторая, с одной стороны, не всегда даёт о себе знать или вовсе не воспринимается обществом как что-то отрицательное, а с другой стороны, порождает немало проблем, связанных с нарушением прав граждан, в том числе и авторов (правообладателей).

Одной из основных проблем сети Интернет является то, что это по своей сути безграничная память, которая не умеет забывать. Данный факт порождает массу вопросов, которую до сих пор человечество не в силах решить.

Также возникают новые проблемы защиты прав на интеллектуальную собственность в сети Интернет, однако путей их окончательного решения пока не существует. Умалчивая об этом, авторы статей зачастую не желают брать на себя ответственность будущего усовершенствования законодательства в области авторских прав.

Для решения проблем в области нарушений авторского права в сети «Интернет» представляется возможным выработать следующий подход:

досконально разобрать отдельные виды нарушений авторских прав в сети Интернет и выделить их отличительные черты;

проанализировать известные пути решения проблемы защиты авторских прав в сети Интернет в зарубежных странах;

осознать причины нарушения авторских прав в сети Интернет;

проанализировать пути решения проблемы защиты авторских прав в сети Интернет, предлагаемые в различных законодательных инициативах.

КОМПЕНСАЦИЯ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА ПРИ ПРИЧИНЕНИИ ВРЕДА РАСПРОСТРАНЕНИЕМ СВЕДЕНИЙ, ПОРОЧАЩИХ ЧЕСТЬ, ДОСТОИНСТВО И ДЕЛОВУЮ РЕПУТАЦИЮ

Студ. Кикеева Д.А., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: ст. преп. Алеева С.С.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Актуальность гражданско-правовой защиты чести и достоинства граждан в условиях идеологического и политического разнообразия, свободы массовой информации и свободы слова приобретает особую значимость. В современном обществе всё чаще встречаются случаи ущемления чести и достоинства граждан в разных сферах жизни. Вследствие чего компенсация морального вреда при защите чести, достоинства, деловой репутации становится одной из востребованных форм гражданско-правовой ответственности.

Необходимо выделить наиболее важные проблемы гражданско-правовой защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан. «Честь», «достоинство», «репутация» как объекты защиты являются наименее исследованными в гражданском праве, в связи с чем компенсация морального вреда представляется сложным вопросом в судебной практике. Специфика условий, влекущих за собой обязательства компенсации морального вреда при распространении сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию, состоит в том, что глубина страданий не поддается точному измерению и в деньгах неизмерима в принципе.

Затруднения, возникающие в судебной практике при разрешении вопроса об определении размера компенсации, подчеркивают необходимость уточнения критериев, установления единой методологии и базиса в подходе судов к определению размера компенсации морального вреда.

В связи с отсутствием официальной методики определения размера компенсации морального вреда возникает необходимость совершенствования законодательства в этом направлении. Для решения указанной проблемы возможны следующие практические предложения: разрешить вопрос об определении некоторых критериев возмещения морального вреда; определить ответственность за распространение любых сведений, порочащих лицо; установить четкий порядок взыскания с ответчиков компенсации за причинение неимущественного морального вреда; определить правила расчета морального вреда.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУТА СУРРОГАТНОГО МАТЕРИНСТВА В РОССИЙСКОМ ПРАВЕ

Маг. Ксенофонтова К.М., гр. ВМАГ-ЮР-118

Научный руководитель: доц. Мочалова В.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В настоящее время в Российской Федерации отмечается ухудшение репродуктивного здоровья населения, что негативно влияет на демографическую ситуацию в стране. Современная медицина позволяет улучшить демографическую ситуацию вспомогательными методами репродуктивных технологий. Одним из распространенных методов является суррогатное материнство.

На данный момент в Семейном кодексе Российской Федерации регулируются только отдельные вопросы, касающиеся суррогатного материнства. Согласно п. 4 ст. 51 СК РФ ст. лица, состоящие в браке между собой и давшие свое согласие в письменной форме на имплантацию эмбриона другой женщине в целях его вынашивания, могут быть записаны родителями ребенка только с согласия женщины, родившей ребенка (суррогатной матери). Стоит обратить внимание на формулировку: «...могут быть записаны родителями ребенка только с согласия женщины, родившей ребенка (суррогатной матери)». Согласно п. 3 ст. 52 СК РФ супруги, давшие согласие на имплантацию эмбриона другой женщине, а также суррогатная мать не вправе при оспаривании материнства и отцовства после совершения записи родителей в книге записей рождений ссылаться на эти обстоятельства.

Как мы видим, каждая женщина, которой был имплантирован эмбрион другой женщины (суррогатная мать) может отказаться от записи лиц, давших согласие на имплантацию эмбриона родителями ребенка несмотря на заключенный прежде договор. По нашему мнению, этим движет психологическая привязанность к ребенку, вынашиваемому суррогатной матерью. Нет правового регулирования материального вопроса, что не обеспечивает защиту суррогатной матери. Большинство существующих норм регулируют не правовую сторону вопроса, а медицинскую (приказ Министерства здравоохранения РФ №67 2003 г.).

Таким образом, остаются неурегулированными вопросы договорных отношений суррогатного материнства, а также вопросы ответственности сторон договора суррогатного материнства и проблемы его исполнения, остро стоит вопрос о презумпции материнства относительно суррогатного материнства. В связи с этим, представляется возможным предложить следующие пути решения указанной проблемы: выработать правовые нормы с целью императивного исполнения обязательств по договору

суррогатного материнства и невозможности уклонения от их реализации со стороны суррогатной матери; выработать правовые нормы с целью урегулирования финансово-денежного вопроса для защиты интересов суррогатной матери.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕЗУМПЦИИ СОГЛАСИЯ НА ИЗЪЯТИЕ ОРГАНОВ И (ИЛИ) ТКАНЕЙ ЧЕЛОВЕКА

Маг. Панферов В.Ю., гр. МАГ-ЮР-118

Научный руководитель: доц. Мочалова В.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Обеспечение реципиентов, нуждающихся в оказании им высокотехнологичной медицинской помощи путем трансплантации, донорским трансплантатом – краеугольный камень современной трансплантологии. Ни для кого не секрет, что донорского материала, полученного как от живого донора, так и от трупа в большей степени, всегда было недостаточно для того, чтобы обеспечить им каждого ожидающего своей очереди на пересадку реципиента.

Законодательство Российской Федерации в сфере трансплантологии в попытке решить данную проблему изначально установило презумпцию согласия на изъятие из тела потенциального донора после его смерти органов и (или) тканей для последующей трансплантации, создав при этом другую проблему, которая наравне с первой не решена должным образом до настоящего момента.

Речь идет о возможности выбора, который, как бы странно это ни было, предоставлен действующим законодательством РФ человеку при жизни: быть ли посмертным донором органов или не быть, – и абсолютной невозможности его реализации на практике.

В связи с этим мы предлагаем свои способы решения названных проблем в их совокупности:

организовать идеологическую работу с населением, с целью повышения числа лиц, не возражающих против посмертного донорства;

с целью увеличения числа донорского трансплантата заменить действующую презумпцию согласия на изъятие органов после смерти на презумпцию несогласия;

создать единую базу доноров, в которой будет отражено их согласие или несогласие на посмертное изъятие органов;

в дополнение к пункту третьему предусмотреть подобное отражение согласия/несогласия на изъятие органов в паспорте гражданина РФ;

исключить возможность родственникам умершего решать вопрос об изъятии его органов, исходя из их собственных предпочтений.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ДОГОВОРА КОМИССИИ

Маг. Тихомиров Е.А., гр. МАГ-ЮР-118

Научный руководитель: доц. Мочалова В.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Договоры заключаются в самых разных сферах человеческой жизни и используются в качестве регулятора разнообразных общественных отношений. Сфера услуг занимает доминирующее положение среди всех отраслей экономики. В настоящее время посредническая деятельность является распространенным видом бизнеса. Договоры комиссии получили широкое применение в посреднической деятельности. Ключевым моментом выступают правовая природа и содержание договора комиссии, а также правовые механизмы, обеспечивающие защиту прав сторон договора комиссии.

В современном праве договор комиссии – это соглашение, согласно которому одна сторона, именуемая комиссионером, в виде промысла принимает на себя обязательство совершить одну или ряд сделок, от своего имени, но за счет другого лица, именуемого комитентом, при котором, все права и обязанности, являющиеся результатом правоотношений с третьими лицами, возникают непосредственно у комиссионера, несмотря на то, что экономический результат совершенных сделок ложится на комитента.

Договор комиссии призван урегулировать экономические отношения посредничества. Данный договор является: 1) возмездным, поскольку предполагает обязанность комитента выплатить комиссионное вознаграждение комиссионеру за оказанные услуги, 2) двусторонним, так как для заключения необходимо выражение согласованной воли двух сторон; 3) консенсуальным, поскольку считается заключенным с момента достижения соглашения между комитентом и комиссионером; 4) заключён в пользу участников договора.

Договор комиссии является универсальным правовым средством, которое позволяет получать определённый результат одним лицом, в результате деятельности другого лица; предметом договора комиссии является лишь ограниченный круг сделок: купля-продажа или иная сделка торгового характера, которая может быть исполнена самим комиссионером без помощи комитента; фидуциарные сделки не могут являться предметом договора комиссии, равным образом не могут входить в предмет комиссионного поручения те сделки, которые имеют неразрывную связь с личностью должника; недействительным может быть только такой договор комиссии, по которому комиссионеру поручается совершить заведомо ничтожную сделку; степень определенности предмета договора комиссии должна быть такой, чтобы не оставалось сомнений какую сделку и на

каких условиях обязан совершить комиссионер; под сделками, входящими в предмет комиссионного поручения, законодатель имеет в виду действия, направленные на установление обязательственных отношений.

Одним из средств защиты интересов сторон договора комиссии выступает делькредере. Соглашение о делькредере не является видом договора имущественного страхования. Делькредере – это сделка, которая не может существовать без заключения договора комиссии. Оно предназначено для обеспечения договора комиссии. Соглашение о делькредере позволяет комитенту получить дополнительные гарантии на случай неисполнения третьим лицом своих обязательств.

ПОЭЗИЯ СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА В МУЗЫКЕ

Студ. Али Л.Р., гр. АМИКС-118

Научный руководитель: доц. Буданова Е.Е.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

К поэзии Серебряного века нередко обращались в своём творчестве композиторы. И это неудивительно, ведь сложно, наверное, даже представить поэзию более эмоциональную, разнообразную и, главное, более созвучную времени.

Русский Серебряный век хоть и был явлением уникальным, но, конечно, не может быть вырван из контекста эпохи. Люди, чьи судьбы вершились на рубеже XIX-XX вв. стали свидетелями, пожалуй, наиболее часто меняющегося жизненного калейдоскопа, который для многих вдребезги разбился в 1914 году – с началом Первой мировой войны. У России, которую общемировые военные настроения коснулись меньше, чем Европу, был свой рубеж – революция 1917 года, разделившая жизнь на «до» и «после».

Поэзия больная, надрывная, но в то же время всё дальше стремящаяся уйти от мира реального в мир фантомов и грёз, была отражением современной ей действительности – с одной стороны и попыткой скрыться от ужасов этой действительности – с другой.

Ощущение надвигающейся бури и грядущих перемен захватило Францию во времена Артюра Рембо. А в России был Достоевский, болезненное и глубоко философское восприятие жизни которого наложило свой отпечаток не только на его современников, но и на все последующие поколения.

Поговорим о музыке. Поэзия символистов сама как бы располагает к созвучности с музыкой, музыкальность уже заложена в самой её природе.

Георгий Васильевич Свиридов, композитор более камерного, романсового вокального жанра (в отличие от того же Блантера или Дунаевского, ориентированных на массовую, эстрадную песню, но о ней

мы поговорим чуть позже) написал на слова Блока 13 романсов, вокальный цикл «Петербургские песни», кантату «Грустные песни» для хора и оркестра, кантату «Ночные облака» для смешанного хора. Один из самых красивых, на мой взгляд, романсов Свиридова на слова Блока – романс «Золотое весло».

Другой русский и советский композитор Сергей Никифорович Василенко также обращался в своём творчестве к поэзии Блока. К слову, стихотворение, о котором пойдёт речь, если не самое известное в творчестве поэта, то, по крайней мере, одно из самых известных – это стихотворение «Девушка пела в церковном хоре» (учитывая популярность данного произведения очевидно, что не только Василенко писал музыку на эти стихи).

К поэзии Серебряного века часто обращались в музыке эстрадной, массовой – это песни из всем известных кинофильмов, например, из «Иронии судьбы, или с лёгким паром».

Музыкальный мир лишился бы огромного количества замечательных произведений, если бы не обратил свой взгляд на поэзию Серебряного века.

МУЗЫКАЛЬНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИНАЙЯТ ХАНА В НАЧАЛЕ 20 века В МОСКВЕ

Студ. Григорян А.Р., гр. АММИС-118

Научный руководитель: доц. Буданова Е.Е.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Выполняя волю своего Муршида (учителя) Шейха Мадани, Инайят Хан становится носителем «Суфийского Послания» – послания о свободе Духа: с 1910 года он путешествует с лекциями и концертами по Америке, Европе, посещает и Россию.

В 1913 году Инайят Хан прибывает из Парижа в Москву с тремя братьями-музыкантами. Цель его приезда – организация концертов и лекций, знакомящих слушателей с малоизвестной индийской музыкой. Благодаря пианисту и композитору Владимиру Полю и графу Сергею Толстому издается нотный альбом с шестнадцатью индустанскими мелодиями в переложении для фортепиано.

Ансамбль индийских братьев дает концерты в Политехническом музее и в консерватории. За семь месяцев состоялось около десяти концертов. Инайят Хан играет и в салонах. В салоне Вячеслава Иванова в 1914 году Инайят Хан знакомится со Скрябиным, которому он также дарит мелодии, и некоторые из них, в частности, «Танец Афганской Сабли», Скрябин впоследствии использует в одном из своих симфонических произведений. Инайят Хан обсуждает со Скрябиным сочинение симфонии

«Мистерия», которая впоследствии была написана композитором под вдохновением от знакомства с понятиями мистицизма.

Помимо музыкальной деятельности Инайят Хан ведет суфийскую работу, сумев найти способ перевода суфийских идей и символов на язык, доступный европейцу. Именно тогда среди российской интеллигенции появляются первые суфии.

В 1914 году в России издается его первая книга – «Суфийское Послание о Свободе Духа». К тому времени у Инайят Хана появляются близкие ученики, и он открывает филиал «Суфийского Ордена» в России, представителем музыкального отделения которого становится граф Сергей Львович Толстой.

Есть основания предполагать, что в России где-то хранятся неизвестные грамофонные записи музыки Инайят Хана и его братьев, так как почти все концерты проходили под эгидой Московской музыкально-этнографической комиссии, которая непременно должна была вести записи значительных музыкальных событий. А ведь это были первые настоящие индийские музыканты, исполнявшие в России классическую индийскую музыку.

МАГИЯ ЧИСЕЛ В ТВОРЧЕСТВЕ БРЮСОВА

Студ. Сошина Д.С., гр. АМФЗ-118

Научный руководитель: проф. Саськова Т.С.

Кафедра Иврита и западноевропейских языков

В.Я. Брюсов (1873-1924 гг.) – великий русский поэт и прозаик, журналист, редактор, литературовед, переводчик, литературный критик и философ. Брюсов не пренебрегал и точными науками. Удивительно, но несмотря на такое различие между гуманитарными и аналитическими дисциплинами, Брюсов во многом их связывал.

Соратники Брюсова и вовсе любили называть его магом и окружать его личность таинственностью, будто бы тому были ведомы какие-то великие тайны творчества и жизни. Брюсов действительно занимался спиритизмом и считал, что можно удачно сочетать оккультные знания и научный метод. И рассматривать значение магии чисел в творчестве Брюсова мы будем на одном из его произведений, написанных в уникальной архитектурной форме, а именно венка сонетов «Светоч мысли».

Сама по себе архитектура венка сонетов содержит в себе числовую символику, так как венок сонетов – это поэтическая форма, состоящая из пятнадцати сонетов, связанных между собой таким образом, что последний стих предыдущего сонета повторяется в первой строке следующего, а завершающий произведение сонет или магистрал, т.е. основной, состоит из первых строк всех предшествующих.

Удивительная числовая символика скрывается на глубинном уровне построения поэтической формы, однако поэт, конечно, обращается к числам и в самих сонетах. Он напрямую говорит о них в третьем сонете, названном «Египет». Нужно отметить, что место их упоминания также не случайно, поэт подчеркивает сакральную связь Египта и священного числа три.

Современный человек считает многие подобные заключения не стоящими внимания, а, пожалуй, стоило бы задуматься. Великие прогрессивные умы всех времен и народов, передавая это уникальное наследие из поколения в поколение, задавались вопросом, а такая лишь уж магия чисел – действительно магия? Возможно, в числах сокрыты основы мироздания, истолкование божественных истин или даже ключ к разгадке, кто есть сам человек?

ИСТОКИ ОБРАЗА СИМОРА ГЛАССА: ОПЫТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ

Студ. Чистякова Э.С., гр. АМФО-115

Научный руководитель: к. филол. н. Юзефович И.В.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Симор Гласс – литературный герой цикла повестей и рассказов Джерома Дэвида Сэлинджера, известного американского писателя, автора культового романа «Над пропастью во ржи». Сэлинджер ввёл семью Гласс в литературу, как одну из самых интеллектуальных и культурных семей 20 века, и в дальнейшем хотел объединить всё написанное о них в одну антологию, но его задумка не осуществилась.

Семья Гласс – уникальная в своём роде. Бесси и Лес Гласс – водевильные актёры, родители семерых одарённых детей. Все они в детстве участвовали в популярной радио-программе «Умный ребёнок». Симор – старший сын, родился в 1917 году. Для всех его братьев и сестёр он является примером для подражания, они всегда прислушиваются к его мнению и обращаются к нему за советом. С детства он отличается от сверстников: читает о Боге, медитирует, вследствие чего ему открываются его прошлые и будущие жизни. К 20 годам Симор уже получает степень доктора философии и становится профессором в Колумбийском университете. Он свободно владеет немецким языком, французским, читает по-китайски и по-японски. А ещё он – поэт, поэт чувственный, поэт ранимый, с тонко организованной душой. Главная задача поэта, по его мнению, писать стихи, понятные всем людям, а не только самому автору. Симор – искусный собеседник, мастер слова. Он умирает на 32 году жизни, застрелившись рядом со своей спящей женой.

Все эти детали и многое другое сближает Симора, по нашему мнению, с одним реальным поэтом, который мог повлиять на создание

образа данного литературного героя. Это – Владимир Владимирович Маяковский. Как Сэлинджер мог узнать о русском поэте? В 1925 году Маяковский отправился в путешествие, в ходе которого посетил Нью-Йорк, где родился и жил Сэлинджер. Его приезд был очень громким событием: знаменитый на весь мир певец революции и индустриализации прибыл в Соединённые штаты, в ведущую индустриальную страну. Об этом писали («Нью-Йорк таймс» посвятила целый разворот его приезду), об этом говорили, люди посещали его лекции. Сэлинджер мог узнать о Маяковском и его трагичной судьбе из газет, из курсов лекций по литературе, которые он посещал, из бесед с коллегами-литераторами.

В рамках доклада предпринимается попытка сопоставительного анализа судьбы советского поэта и её возможной литературной интерпретации в произведениях американского прозаика.

УСТОЙЧИВЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ

Студ. Гладких Е.Г., гр. АМФЗ-118

Научный руководитель: доц. Буданова Е.Е.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Устойчивые выражения – фразеологизмы, идиомы, крылатые фразы, речевые обороты, которые используются для точности и меткости в речи.

По своим свойствам они не похожи на простые словосочетания. Все слова в устойчивых выражениях зависят друг от друга, их нельзя изменить, переставить в другое место или дополнить другими произвольными словами.

Они характеризуют все стороны жизни человека в образной форме и нужны в нашей речи для того, чтобы выразить свои мысли и эмоции с наибольшей точностью, украсить нашу речь и сделать её образнее.

В процессе изучения оказалось, что существуют устойчивые выражения, основанные на звучании, взятые из творчества, из арго, иностранные, историко-политические, появившиеся благодаря одному понятию и изменившиеся со временем.

Что касается современных интернет-выражений, в основном это иностранные слова, словосочетания и аббревиатуры, спрягаемые и склоняемые в соответствии с правилами русского языка. Взятые они из интернета. Пользователи просто мешают их с разными исконно-русскими морфемами и словами, меняют части речи, используют сокращения. Также, много современных устойчивых выражений являются цитатами из интернет-шоу, различных мемов и популярных историй из сети.

Черты, которыми должно обладать выражение, чтобы быть употребительным в наше время: хорошее звучание, упоминание на просторах интернета, особенно в мемах, отражение современной культуры.

В нашей молодёжной речи двигателем создания выражений является в большинстве своём шутка (мемы, посты в интернете и так далее), что и является их спецификой. Если звучит хорошо, есть нотка юмора, необычности, если есть отсылка к западной культуре, связано с интернет-контентом – то, скорее всего, это легко войдет в употребление молодёжи.

Современный запас устойчивых выражений и слов – это исконно-русская лексика, влияние советской эпохи, и уже наша эра интернета. В соответствии с этим, я бы сказала, что наш словарный запас особенно интересен и разнообразен.

АРМЕНИЯ В ПОЭЗИИ РУССКИХ АКМЕИСТОВ

Студ. Аветисян М.А.

Научный руководитель: проф. Саськова Т.В.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Образ Армении фигурировал в творчестве русских поэтов и писателей ещё задолго до появления акмеизма. Акмеисты, или как иначе они себя называли адамисты, поэтизирующие мир первозданных эмоций, первобытно-биологическое природное начало, также не обошли стороной «библейскую страну» и внесли свой вклад в изучении и распространении армянской культуры среди русских читателей.

Об актуальности данной темы свидетельствует развитие русско-армянских культурных отношений. Происходит активный обмен литературным наследием между Россией и Арменией, что, несомненно, обогащает культурный фонд двух стран, сближая Север и Восток.

В 20 веке был наиболее плодотворным веком в русско-армянских литературных отношениях. Каждое литературное течение описывало Армению по своему видению. Каждый поэт и писатель видел Армению по-своему, создавая разные образы одной и той же страны.

Один из первых акмеистов, который «открыл» Армению был Осип Эмильевич Мандельштам – один из самых смелых поэтов своей страшной эпохи, отличался неординарностью и выделялся даже в обществе писателей. Так и с Арменией, по-своему необычно и прекрасно предстаёт её образ у Мандельштама. Для Мандельштама приезд в Армению был возвращением туда, где всё началось, к праотцам, к истокам. Так, после долгого перерыва возвращается к написанию стихов. В мартовском номере журнала «Новый мир» в 1931 году он публикует цикл «Армения». Стихотворения акмеиста Осипа Эмильевича насыщены библейскими образами, ссылками на Библию. В одном из стихотворений армянского цикла, Мандельштам вспоминает «прекрасной земли пустотелую книгу, / По которой учились первые люди» (III, 39). Осип Эмильевич запечатлел, нарисовал Армению таким образом, что до сегодняшнего дня, рассказывая

об Армении, описывая её, часто пользуются строками Мандельштама, который сумел понять глубину и душу страны.

ГРАММАТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ ОБЩЕГО РОДА НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА Э.А. АСАДОВА

Студ. Борисова Н.А., гр. АМФО-115

Научный руководитель: Ставцева С.Е.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Существительные общего рода – это класс, в основном, экспрессивно оценочной лексики, с помощью которой можно эмоционально выразить какую-либо характеристику человека, не разграничивая употребление существительного в отношении мужского или женского пола.

Продуктивность – возможность морфемы образовывать новые слова и словоформы.

Эмоционально-экспрессивная окраска – степень выразительности лексемы и возможность её употребления в том или ином стиле речи.

Исследованы группы существительных общего рода по грамматическим признакам, 21 категория. В основном, в их описании отмечены: способ образования, продуктивность и эмоциональная окраска, которую несёт суффикс. На каждую из категорий приведены примеры. Тем самым проиллюстрировано, каким образом существительные общего рода используются в речи.

Также отмечена необходимость отграничивать существительные общего рода, в которых семантика мужского пола отражена в формах согласования, от лексем женского рода, использование которых в отношении к мальчикам, мужчинам не ведёт за собой родовых изменений.

Рассмотрены точки зрения некоторых исследователей на языковой случай, когда существительные, обозначающие и мужскую, и женскую профессию, объединяются в особый подкласс существительных общего рода.

Работа была проведена на основе «Полного собрания стихотворений Эдуарда Асадова в одном томе» (Москва: Издательство “Э”, 2016.-912с.) Был проанализирован корпус слов. Для анализа применялся метод сплошной выборки, в соответствии с которым в поэзии отбирались существительные общего рода и описывались в рамках той или иной грамматической классификации.

В результате проанализированы существительные общего рода в количестве 111 единиц. Каждая из них подошла под ту или иную и грамматическую категорию.

БРОДЯЧИЕ СЮЖЕТЫ И МОТИВЫ

Студ. Мурашова Я.А., гр. АМФЗ-118

Научный руководитель: проф. Саськова Т.В.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Сюжеты, согласно А.Н. Веселовскому, – это сложные схемы, в образности которых обобщились известные акты человеческой жизни и психики в чередующихся формах бытовой действительности. Бродячие сюжеты – мотивы, переходящие от одной культуре к другой, не утрачивающие единства сюжета и впитывающие различия социально-экономического строя, языка, быта той или иной страны.

Существует основная миграционная теория появления бродячих сюжетов (основоположник – Т. Бенфей). Ей предшествовала мифологическая, сейчас им на смену пришло сравнительное литературоведение.

А.Н. Веселовский в «Поэтике сюжетов» разделил бродячие сюжеты на 2 типа: контактные (заимствованные) и типологические (появившиеся независимо). Также он вывел мотив как понятие, его признаками считал образность, одночленность, схематичность.

Один из популярных мотивов – кощунственная трапеза: поедание детей их родителями или наоборот – архаичный ритуал, дань античности.

В фольклоре Древней Греции есть миф о Тантале, скормившем сына Олимпийцам. Мотив кощунственной трапезы здесь представляется как своеобразное превознесение богов древними греками, поклоняющимися культуре язычества, ведь сын – символ продолжения рода, его силы.

Другое звучание этот мотив приобретает в европейском фольклоре, в сказке Шарля Перро «Мальчик-с-пальчик». Филологи предполагают, что мотив поедания собственных детей в произведении обоснован реальными событиями того времени – страшным голодом.

В средневековом сборнике «Старшая Эдда» Гудрун, желая отомстить мужу, подает ему пиво с кровью его детей. Жажда мести, ненависть к его крови подавляет даже материнскую любовь. Здесь мотив передает сильнейшую связь с античными корнями, где прерывание рода является жесточайшей кровной мстью. Этих убеждений придерживались и древние греки, что показано в трагедии Еврипида «Медея».

Д. Кедрин в стихотворении «Сердце» (1935 г.) обрабатывает старинное казацкое предание. Жестокость «коханой» и жертвенность матери в современной интерпретации древних мотивов подаются на контрасте. Автор, вводя приемы психологизма, поднимает проблему истинной любви.

Таким образом, бродячие сюжеты уходят корнями в глубокую древность. Они связаны с взаимодействием культур и миграцией народов.

МОТИВЫ ДРЕВНЕГРЕЧЕСКОЙ МИФОЛОГИИ В ПОЭЗИИ СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА

Студ. Ксенофонтова М.М., гр. АМФО-116

Научный руководитель: проф. Саськова Т.В.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Миф – это предание, в котором сформулированы общественные нормы и установления. Основу составлял героический миф, т.к. герой в архаическом обществе воспринимался как сакральный объект, заряженный «священной силой». Начиная с эпохи Возрождения, художники и скульпторы вдохновлялись сюжетами из сказаний древних греков и римлян. В русской поэзии Серебряного века чаще всего проявляется влияние именно греко-римской мифологии, хотя, конечно, лирики этого времени были прекрасными знатоками самых разных мифологий мира.

В стихотворении Брюсова «Гимн Афродите» уже в самом названии есть переключка со знаменитым стихотворением Саффо. Произведение метра русского символизма нельзя считать переводом или переложением произведения греческой поэтессы, однако у них есть общие мотивы, пересекающиеся образы. Например, переживание любви как единства радости и муки, власть чувства над душой человека (Саффо называет любовь оковами; Брюсов – рабством).

В стихотворении В. Брюсова «Вещий ужас» Афродита упоминается в окружении Изиды и Аштартет, что очень важно, т.к. они являются богинями не только любви, но и войны. Так стихотворение, написанное в 1920 г., связывает древность с современностью, классический миф с революцией и гражданской войной. Иные аспекты образ Афродиты встречаются у Осипа Мандельштама в стихотворении «Silentium». У автора явно прослеживается философический, космогонический потенциал мифов об Афродите, рожденной из морской пены. Мир вместе с любовью только зарождаются, пребывает в священной немоте и первозданной чистоте. Это состояние потенциальной полноты дорого поэту-творцу, так что здесь образ Афродиты связан с темой искусства.

Многолик и образ Афины в поэзии Серебряного века. В стихотворении Мандельштама «Мне холодно. Прозрачная весна...» греческая Афина появляется с римской Прозерпиной, их имена рифмуются, однако богини не сравниваются, а противопоставляются друг другу. Город погружен в ад, где правит властительница смерти, а божественному разуму нет места. Таким предстает перед внутренним взором поэта Петербург 1920 года. Вновь вечные мотивы классического мифа сочетаются с остро современной проблематикой, злободневные переживания поверяются и воссоздаются сквозь призму греко-римских образов.

Итак, поэзия Серебряного века вновь убеждает, что мифы Древней Греции, храня изначальные смыслы, способны вбирать все новые и новые оттенки значений, эмоциональные нюансы, передавать лирических откровения очень сложного, кризисного, рубежного времени.

МОТИВ ТАЙНЫ В СТИХАХ

Студ. Грушникова Е.М., гр. АМФЗ-118

Научный руководитель: проф. Саськова Т.В.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Почему людям так нравятся тайны? Чем меньше мы знаем, тем интереснее становится, однако сама загадка всегда намного любопытнее разгадки, ведь важен процесс осознания, понимания, а не ответ на вопрос. Мы любим узнавать секреты, ведь они манят нас, как свет мотыльков. Вот и меня заинтересовала тайна: почему поэты так любят писать о тайнах?

И вообще, что такое тайна? Это нечто неразгаданное, еще не познанное; скрываемое от других и известное не всем, неизвестное непосвященным. С авестийского языка *tāu* – «вор», *tāua* – «кража, тайный», с греческого *tausios* – «обманный». Кажется, слово одно, а смыслов много: тайна мистическая – тайна бытовая; тайна чего-то неуловимого – тайна поддающегося разгадке. Я хочу поведать Вам несколько тайн, которыми со мной поделились русские поэты.

В пример я возьму стихотворение Александра Блока «Мрак. Один я. Тревожит мой слух тишина...», в котором используется самое частое значение тайны – любовная. Также я буду говорить о стихотворениях Марка Львовского «Тайны мироздания», Поликсены Соловьевой «Тайна смерти» и Александра Иванова «Тайна жизни». В конце статьи я вновь вернусь к Александру Блоку и его произведению «Разгораются тайные знаки...».

Все эти примеры показывают, как одно слово может трактоваться совершенно по-разному. Тайна – она одна, однако контекст у каждой из них свой, как и понимание. Несмотря на то, что все стихотворения связаны между собой одним мотивом, каждое представляет из себя отдельное полноценное произведение, ничем не похожее на другие.

Что ещё интересно – разные возможности понимания тайны. После научных открытий, позволивших людям узнать о мире больше, стало легко понять устройство атома (Марк Львовский «Тайны мироздания»). Также легко почувствовать, как рассол помогает больной голове с утра (Александр Иванов «Тайна жизни»). Или как тяжело на душе от переполняющих чувств (Александр Блок «Мрак. Один я. Тревожит мой слух тишина...»). Но как же сложно разобраться с вещами нематериальными. Мы никогда не узнаем, что бывает после смерти

(Поликсена Соловьева «Тайна смерти»), в чём смысл жизни, как был создан мир, что значат сны, а потому мы всегда будем стремиться это узнать. Это тайны, волнующие каждого в той или иной степени, а потому так часто поднимаемые поэтами в стихах.

ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОНЕТИКУ ЯЗЫКОВ

Студ. Козадаева А.А., гр. АМФЗ-118

Научный руководитель: доц. Кондракова Ю.Н.

Кафедра Русской словесности и мировой литературы

На протяжении длительного времени считалось, что фонетические и фонологические изменения являются случайными и не зависят от места проживания носителя того или иного языка. Однако современным ученым удалось определить, что географический фактор имел некоторое влияние на становление фонетики языка.

Речевой аппарат человека является мощным и достаточно гибким инструментом, а это значит, что физически он способен выдать множество различных звуков.

Фонетическая структура языков неоднородна: количество звуков в различных языках мира варьируется примерно от 10 до 100, причем соотношение между гласными и согласными также является переменной величиной. Йен Мэддисон совместно с Кристофом Купе, исследовав более 600 языков, обнаружили следующую закономерность: чем суше и холоднее местность, тем больше в языке согласных. На распространение гласных также оказывал влияние рельеф и наличие лесов.

Ранее Калев Эверетт проводил исследования, связанные с нелегочными, абруптивными, согласными. В результате своей деятельности ученый установил, что абруптивы встречаются только в тех языках, которые развивались в местностях, расположенных на высоте 1500 метров и выше. Данное явление Калев Эверетт объяснил особенностями высокогорного климата и техникой произнесения абруптивных согласных, при которой не расходуется воздух из легких, а также удается сэкономить запас воды в организме за счет меньшего количества выдыхаемого водяного пара.

Подводя итог всему вышесказанному, необходимо отметить, что на сегодняшний день предоставлено достаточное количество доказательств, чтобы утверждать о наличии связи между природными условиями и звуками речи.

**ТЕМА РАССТРОЙСТВА ЛИЧНОСТИ В РОМАНАХ
«БОЙЦОВСКИЙ КЛУБ»
И «МНОЖЕСТВЕННЫЕ УМЫ БИЛЛИ МИЛЛИГАНА»**

Студ. Грушникова Е.М., гр. АМФЗ-118
Научный руководитель: Юзефович И.В.
Кафедра Русской словесности и мировой литературы

Мотив двойничества в мировой литературе восходит корнями к эпохе романтизма, когда актуализируется категория Дюпеля как двойника человека, причем его тёмной стороны. Этот персонаж воплощает бессознательные желания главного героя, вытесненные им из-за несовместимости с моральными качествами или под влиянием социума. Нередко двойник «питается» за счёт протагониста, по мере его увядания становясь всё более самоуверенным и как бы занимая его место в мире.

Примером данного сюжета является произведение Эрнста Гофмана «Эликсиры Сатаны», где главный герой не может противостоять искушению отведать дьявольский эликсир, который пробуждает в нём низменные страсти. Под влиянием своего двойника рассказчик совершает преступление за преступлением, включая убийства. В конце романа он раскаивается в совершённом и пишет эту рукопись.

Ещё более яркий пример победы тёмного над светлым – «Странная история доктора Джекила и мистера Хайда», готический роман шотландского писателя Роберта Стивенсона. Произведение рассказывает о человеке, который в качестве научного эксперимента и подсознательного желания уйти от образа уважаемого доктора, поддавшись ощущению свободы и порока, создаёт магический напиток, способный преобразовать человеческое тело. Так появляется его двойник – мистер Хайд, тип, который у всех вызывает чувство отвращения. Тёмная сторона главного героя совершает массу преступлений, основным из которых становится убийство. Это служит поворотной точкой в судьбе Джекила-Хайда, потому как доктор, ослабевая, чувствуя, как его «плохая половина» берёт верх, идёт на отчаянный поступок и кончает жизнь самоубийством, оставляя после себя письмо с исчерпывающими объяснениями произошедшего.

В рамках нашего доклада мы рассмотрим проблему двойничества, множественного расстройства личности, на примере «Бойцовского клуба» Чака Паланика и романа Дэниела Киза «Множественные умы Билли Миллигана».

ЖЕНСКАЯ ПОЭЗИЯ НАЧАЛА XX ВЕКА НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА РУССКОЙ ПОЭТЕССЫ Е. ДМИТРИЕВОЙ

Маг. Витушкина А.Е., гр. МАГ-Ф-318

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

В конце XIX – начале XX вв. творческая личность испытывает потребность создавать что-то новое, воспринимает себя копией несуществующего в мире. В это время существовали некоторые гендерные стереотипы, определяющие роль поэтесс и писательниц в литературных кругах. Оппозиция поэт – поэтесса имела не только гендерную специфику, но и подразумевала качественную оценку творчества. В рассматриваемой оппозиции первый компонент окрашен положительно, а второй содержит качественную оценку женского творчества. Занижение статуса женщины как творческой личности провоцировало появление скрытых номинаций, например, под именем Жорж Санд скрывалась французская писательница

В библиографическом словаре содержится информация о псевдонимии, характерной для литературных процесса начала XX века. Творческая личность в попытке убежать от «своей» реальности создает некую виртуальную личность, которая воплощает все те идеи, которые было невозможно высказать в силу определенных причин от реального лица.

Литературная мистификация, считающаяся одной из самых загадочных в XX веке, связана с именем русской поэтессы Елизаветы Дмитриевой. Так, Е. Дмитриевой и М. Волошиным, был создан определенный образ, который помог поэтессе раскрыться и стать известной. Благодаря литературному псевдониму стихотворения Черубины де Габриак стали очень популярны.

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ СУЩНОСТЬ НАЗВАНИЯ

Студ. Дегтярева А.Н., гр. СКФ-117

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Цель работы – анализ и описание механизмов, позволяющих создать особую смысловую значимость заглавия и его концептуальную сущность. Задача исследования – рассмотреть название как квинтэссенцию всего произведения, выявив способы расширения лексических значений и приращения смыслов в заглавии.

Материалом для исследования послужили номинативные единицы заголовочного комплекса в романе Е.В. Гришковца «Театр отчаяния. Отчаянный театр». Для анализа вышеупомянутых механизмов применялись собственно лингвистические методы (контекстуальный анализ, элементы компонентного анализа) и общенаучные методы (наблюдение, анализ, синтез, описание).

В ходе исследования было выявлено, что Е.В. Гришковец стремится к снятию однозначности в названии, создает смысловую биполярность, порождающую широкий ассоциативный фон.

Во-первых, заглавие романа состоит из двух атрибутивных словосочетаний, зависимыми компонентами в которых выступают дериваты, имеющие разную частеречную принадлежность, то есть с одной стороны идет указание на связь между двумя элементами, а с другой – на их неравенство.

Во-вторых, для соединения двух частей названия писатель не употребляет союзов, которые бы снизили смысловую неясность. Он использует точку, данный знак препинания позволяет создать особые семантические отношения между компонентами и расширить спектр возможных интерпретаций.

Также в построении названия своего произведения автор прибегает к зеркальной композиции, в которой отражение не равно начальному варианту, что позволяет создать ощущение движения от первой части заглавия ко второй.

Результаты исследования дают возможность сделать следующие выводы. Название, являясь текстом о тексте и обладая краткой формой, способствует максимальной концентрации смыслов. Механизмы номинации в заголовочном комплексе провоцируют смысловое развертывание авторской мысли, создают краткие, но предельно емкие формы ее выражения.

КАК «ЗВУЧИТ» ТРЕТЬЯ СИМФОНИЯ А. БЕЛОГО

Маг. Мезенцева Н.Е., гр. МАГ-Ф-318

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Творческая натура А. Белого определена двумя стихиями – математикой и музыкой. Языковая картина мира в цикле «Симфонии», представленном как словесно-музыкальный жанр, строится на звуковых образах, которые выражаются через глагольные формы: зазвякали высыпающие звезды; море шептало; заговорили две серые бездны. Как символист А. Белый наделил звезды новым свойством – звучанием. Музыкальность звезд на небе – это своего рода нить, которая связывает

небо и море, характеризующееся шепчущей, рокоchущей бездной. Многомерность картины мира у А. Белого передается через музыкальную и речевую стихии. Семантическая оппозиция первых двух глаголов звякать/шептать выражена доминантами «звонкий звук» / «тихий (слабый)» звук разрешается в третьем глаголе заговорить – «вступить в диалог друг с другом».

Эпоха А. Белого – время творческих исканий, время поиска новых глубинных смыслов, нового языка, который позволяет говорить и мыслить символами. Символические языковые знаки в «Симфонии» А. Белого выступают как особый «язык музыки». Образы приобретают оркестровое звучание: старик кричал бархатным басом, подземные глухие удары сопровождали его слова странным аккомпанементом.

Звучание каждой части структуры литературного текста «симфонического цикла» А. Белого создает аналогию со специфической музыкальной формой – четырехчастной симфонией. Каждая из частей Симфонии А. Белого самостоятельна и завершена и в то же время входит в единый общий замысел, сочетает множество мотивов.

Попытка А. Белого создать новые образы, которые соответствуют тому миру, той эпохе, в котором живет сам писатель, реализуется в желании отобразить невербальные сущности (эмоциональные, психические представления о цвете и музыкальных образах) языковыми знаками. Новое слово А. Белого зарождается в других семиотических областях – в искусстве (музыке и живописи).

ГРАФИЧЕСКИЕ ЗНАКИ В ЭПИСТОЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ М.И. ЦВЕТАЕВОЙ

Студ. Михайлова Д.Е., гр. СКФ-118

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

Специфика эпистолярного текста проявляется в свойственных ему коммуникативных универсалиях, одной из которых является закон соответствия текстовых единиц перечню эпистолярных инвариантных средств (акцент на речевые средства авторской интенции, графические элементы эпистолярного произведения). Поэтому в креолизованном тексте особое внимание уделяется рассмотрению разного типа знаков.

Графический знак – особый тип невербального знака, имеющий прикладное значение. Абстрактная, повторяющаяся в текстах единица – графема – реализуется в текстах в своих вариантах – аллографемах. В докладе под графическим знаком понимаются способы начертания слов, знаки препинания, расположение строк, прописные/строчные буквы, печатные/рукописные буквы. Именно эти компоненты представляют

интерес в переписке М.И. Цветаевой и Б.Л. Пастернака 1922-1937 гг. как один из способов выражения авторской интенции.

Графические знаки в переписке являются многофункциональными: помимо основных функций, имеют и дополнительные, отражая глубинные смыслы текста. Так, например, тире в эпистолярных текстах поэтессы может способствовать организации высказывания, выражать незаконченность мысли, акцентировать слова в рамках предложения или выделять вставные конструкции. А ты меня будешь любить больше моих стихов. (– Возможно? – Да.) В приведенном примере тире имитирует диалог, автор конструирует вопрос, который мог бы задать собеседник, создается ощущение живой беседы. У меня нет ни друзей, ни денег, ни свободы, ничего, только тетрадь. И ее у меня нет. За что? – В данном фрагменте тире выступает как индикатор душевных переживаний автора, показатель незавершенности мысли. Я не люблю встреч в жизни: сшибаются лбом. <...> Встреча должна быть аркой: тогда встреча – над. – Закинутые лбы! – В данном предложении несколько тире, которые выделяют значимые элементы текста.

Таким образом, присущие данным текстам коммуникативные универсалии обуславливают значимость графических знаков в эпистолярных единицах. Графемы, являясь невербальными знаками, служат для выявления глубинных смыслов текста, авторских интенций.

ГАРМОНИЯ ЦВЕТА В ПОЭЗИИ В. ХЛЕБНИКОВА И ЖИВОПИСИ В. ХЛЕБНИКОВОЙ

Студ. Михайлова М.Е., гр. СКФ-118

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра общей и славянской филологии

В творчестве поэта Велимира Хлебникова и художницы Веры Хлебниковой можно обнаружить общие черты: они по-новому видели мир и время, чувствовали гармонию и красоту, использовали форму. Характерной особенностью их «почерка» является вторичность внешней формы и первичность способов выражения смысла, в том числе через цвет.

В. Хлебников для своих словесных экспериментов использует создаваемую звуком, близкую к психическому образу фонетическую значимость. Связывая слово и живопись, он грезил искусством 4-х измерений, синтезом разных видов творчества, потому и содержание облекал в соответствующую форму. Яркий пример – стихотворение «Бобэоби пелись губы...». Сам автор позже дал расшифровку загадочных неологизмов типа вээоми. Ключ к пониманию – цвет. За счёт звуко-цветовых соответствий, сочетания звуковой и смысловой сторон слова

создаётся плотный образ. Слово, придуманное автором, утрачивает предметность и стабильность внешней формы.

Попытка создать четырёхмерный конструкт характеризуется мерцанием смысла, намеренной неоднозначностью трактовок. Один из примеров – поэма «Снежимочка», прототипом которой послужили образы А.Н. Островского. Автор играет смыслами: то ли снегурочка, то ли снежиночка. Текст поэмы построен на словообразовательной неопределенности неологизмов с корнем -снег/снеж-.

Строки поэта, иллюстрации художницы сочетают в себе почти детскую веру в чудеса, в волшебные силы природы. Цветные акварели – иллюстрации к поэме «Лесная тоска», рисунки карандашом и тушью к поэмам «Каменная баба», «Шаман и Венера», к драматической сказке «Снежимочка» опираются на сказочное начало поэм Хлебникова, близость к народной поэтике, народной фантазии.

Картины Веры Хлебниковой освобождены от ограничений формы, поэтому суть образа выявляется в основном гармоническими цветовыми характеристиками (например, «Натюрморт с кольчугой»), они полны символизма. Точные цветовые сочетания, новаторская техника, изысканная живопись создают ощущение мистического «иного» мира («Русалки», «Старое и молодое»). Максимальная выразительность достигается минимальными средствами.

ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА В ФАНТАСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Маг. Студеникина Д.Г., гр. МАГ-Ф-318

Научный руководитель: доц. Переволочанская С.Н.

Кафедра Общей и славянской филологии

В фантастическом произведении создается реальность с несуществующими в объективном мире предметами и явлениями. Фантастика в переводе с греческого – искусство воображения, фантазия, вымысел. Фантастическая литература имеет богатое жанровое разнообразие. Наиболее значительные поджанры фантастики – фэнтези и научная фантастика. Фэнтези ближе к сказке, характеризуется мифологизмом, переосмыслением фольклора. В этом поджанре создается наивная языковая картина мира, которая значительно отличается от научной картины мира. Научная фантастика, наоборот, нацелена на изображение гипотетического будущего. Для создания произведения в жанре научной фантастики необходимы знания в области математических и естественных наук. Все эти особенности создают специфические картины мира фантастических произведений. Для социальной и научной фантастики характерно освещение проблем межкультурной коммуникации. Столкновения земной и инопланетной цивилизаций –

метафорические приемы, транслирующие социальные и межкультурные проблемы действительной реальности.

Авторы научно-фантастических текстов моделируют иную реальность, опираясь на реальную языковую картину мира (или научную картину мира). Картина мира в фантастических произведениях является интерпретацией действительности, созданной автором на базе его родной культуры.

Важный аспект языковой картины мира в фантастических произведениях – виртуальный мир, для создания которого необходимо номинировать несуществующие в действительности предметы и явления. Эти действия и порождают новую реальность, отличную от действительной. Эти новые названия могут порождать определенные ассоциации. В фэнтези это параллели с типичными названиями из народной и фольклорной культуры, в научной фантастике предметы обнаруживают схожесть с актуальными названиями из научно-технической сферы.

Таким образом, фантастический текст может стать своеобразным «полигоном» для исследования наивной и специальной ЯКМ в современной лингвистической науке.

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕМОВ

Студ. Кротов Ю.В., гр. МИД-18, Журавлёв М.Е., гр. ЭТВ-18

Научный руководитель: преп. Джавадов Т.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Мем – информация в той или иной форме, как правило, остроумная и ироническая, спонтанно приобретающая популярность, распространяясь в Интернете разнообразными способами. В наше время данным феноменом пользуются многие производители в своих рекламных кампаниях. Почему мемы в наши дни используются в качестве пиара той или иной продукции, товара или услуги?

1. Мемы очень популярны среди молодёжи – основного контингента для многих компаний на рынке.

2. Имеют широкий резонанс.

3. Быстро распространяются в Социальных сетях и в других Средствах Массовой Информации.

4. В основном не имеют больших денежных затрат на его создание.

Мемы делятся на два вида: локальные и общедоступные. Общедоступные мемы имеют широкий круг распространения, так как данный тип мемов может понять каждый. Локальные же имеют ограниченный круг распространения, так как они ориентированы на

определённых людей, отличающихся своим кругом интересов, видом работы, хобби и др. Отсюда следует, что мемы для продвижения продуктов должны быть общедоступными.

Мемы имеют три роли: мем как идентификатор вашего продукта призван помочь вашим потенциальным клиентам идентифицировать ваш продукт. Это его первая главная роль: отличитель, дифференциатор; мем как усилитель ценности способен значительно усилить ценность вашего предложения в восприятии клиентов. Дороже всего продаются бренды, которые ушли в народ, стали притчей в языках и приобрели популярность, и решается это с помощью мемов; мем как активатор продаж научился стучать своим молоточком по одному месту несколько сотен раз, пробуждая в нас непреодолимое желание купить.

Создать мем можно двумя способами: либо сделать его на основе имеющегося известного мема, либо создать свой. Также в продвижении мемами должна быть осторожность, так как он может содержать в себе плохой подтекст.

В заключении можно сказать, что грамотное создание и использование мемов в рекламе чрезвычайно сильно способствует продвижению продукта на рынке.

ХАКАТОН КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ

Студ. Пузанов М.А., гр. МВ-118, Калачев Н.М., гр. МАК-118

Научный руководитель: преп. Джавадов Т.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Хакатон – проектно-ориентированные соревнования разных направлений подготовки (технологи, химики-технологи, специалисты в области мехатроники, дизайнеры, конструктора, программисты, менеджеры, экономисты, финансисты, социологи, психологи, специалисты в области рекламы и др.), направленные на решения бизнес-кейсов, представленных участниками-партнерами мероприятия. В результате создаются решения для предприятий (приложения или их прототипы). Одно из важнейших преимуществ хакатона перед другими формами проведения конкурсов для решения кейсов от предприятий – это скорость решения проблемы и дешевизна прототипа.

Помимо решения поставленных задач, хакатон решает и другие задачи:

Подбор нового персонала (базовая, но сложная задача на перегретом рынке IT-специалистов – найти новых сотрудников и оценить их не по резюме и собеседованию, а сразу в деле, как менеджеров проектов/продуктов, тимлидов и разработчиков);

Мотивация сотрудников (на работе не всегда находится место экспериментам);

Проверка гипотез (хакатон может быть полезен, когда в рабочем графике нет времени проверить какую-то продуктовую гипотезу);

Пиар технологий (основная идея в том, чтобы собрать участников создавать приложения на заданном технологическом стеке, который продвигает компания-организатор).

Продвижение идей на хакатоне происходит с помощью денежных вознаграждений, помощи в реализации продукта или сотрудничество с предприятием для дальнейшего развития продукта созданного на хакатоне. Тем самым хакатон решает не только задачу помощи, поддержки и финансирования идей, а также выгоден для компаний, которые вкладывают средства в проведение хакатона, так как они быстро окупаются за счет подбора персонала, проверки гипотез и реализации продукта.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТИЙ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ» И «КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА»

Маг. Гасбанов А.Н., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

На конкурентных рынках наличие уникальных преимуществ перед конкурентами обеспечивает организации ее эффективное существование, а поддержание их на высоком уровне – устойчивое и стабильное развитие.

Однако часто авторы смешивают понятия факторы конкурентоспособности и конкурентные преимущества, что несправедливо, так как данные понятия, хотя и близки по смыслу, но не являются тождественными.

Конкурентоспособность часто определяют как наличие у организации конкурентных преимуществ. Однако предприятие может быть конкурентоспособным и не иметь при этом явных конкурентных преимуществ. Фактор конкурентоспособности тогда становится конкурентным преимуществом, когда его уровень выше аналогичных показателей по отрасли и в ближайшей перспективе не может быть достигнут конкурентами.

Ж-Ж Ламбен определяет конкурентное преимущество как те характеристики и свойства товара, которые создают для организации определенное превосходство над прямыми конкурентами. Так, в торговле к конкурентным преимуществам могут быть отнесены насыщенность

ассортимента и эксклюзивность продаж, лидерство в обслуживании по гарантийному сроку, своевременность доставки и экономия времени покупателя, омниканальность продаж и т.д.

Классификация видов конкурентных преимуществ достаточно разнообразна. Различают следующие виды конкурентных преимуществ:

внешние и внутренние;
стратегические и тактические;
имитируемые и уникальные;
связанные с товаром/услугой и связанные с областью деятельности;
устойчивые и неустойчивые.

Например, устойчивое преимущество – это та характеристика организации и/или ее товара/услуги, которой нет ни у одного конкурента, и которая не может быть скопирована в долгосрочной перспективе.

Базой для оценки и выявления устойчивых конкурентных преимуществ являются стратегические цели организации и вытекающие из них задачи.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ И ЛОЯЛЬНОСТЬ: СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ И ВИДЫ

Маг. Постникова З.В., гр. ВМАГ-М-418

Научный руководитель: доц. Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Понятие потребительской лояльности чаще всего авторы ассоциируют с многократностью осуществления повторных покупок. При этом осуществление повторных покупок связывают с тем, что товар хорошо удовлетворяет потребности покупателя. Таким образом, понятия потребительской лояльности и удовлетворенности тесно связаны между собой. Но клиент может быть лоялен и тогда, когда товар/услуга лишь частично удовлетворяют его потребности (в случае отсутствия на рынке товаров/услуг со 100-процентной удовлетворенностью) или же потребитель в силу своей покупательской способности в состоянии купить только этот товар/услугу. Кроме того приверженность к товару может быть связана не только и не столько с удовлетворенностью товаром, сколько с эмоциональным воздействием торговой марки.

Как видно из выше сказанного факторов или причин лояльности достаточно много, так что в целом лояльность можно определить как тенденцию воспроизводить покупки одного и того же товара или одной и той же марки.

Более глубокий смысл в трактовке понятия лояльности заложен в точке зрения тех авторов, которые связывают ее с оценкой степени вероятности переключения потребителя на другую марку. Чем больше

требуется средств, чтобы стимулировать покупателя приобрести другую марку, тем выше уровень его лояльности к определенной марке. Другими словами, в этом случае маркетологи объясняют лояльность степенью нечувствительности к действиям конкурентов.

Многочисленные причины определяют разнообразие типов лояльности. Различают следующие виды потребительской лояльности:

лояльность с приверженностью (лояльность, связанная с отношением) и без приверженности (поведенческая лояльность);

транзакционная, перцепционная и комплексная;

истинная, латентная и ложная;

сезонная и внесезонная;

постоянная и временная;

чувствительная и нечувствительная (к действиям конкурентов);

лояльность в силу отсутствия конкурентов, в силу привычки, в силу заинтересованности, в силу трудности перехода на другой бренд.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОНИМАНИЯ АФФЕКТА

Студ. Сергеева Н.Ю., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

В настоящее время наблюдается устойчивая тенденция роста числа преступлений, совершенных в состоянии аффекта, в том числе тяжких и особо тяжких. Особенно возросло количество убийств и причинения тяжкого вреда здоровью. Поскольку аффект является обстоятельством, смягчающим уголовную ответственность за совершенное преступление, то нельзя недооценивать его влияние на квалификацию деяния, а значит нужно правильно и четко устанавливать понятие аффекта. В этом и состоит актуальность выбранной мною проблемы.

Одна из главных задач уголовного права – это предупреждение и профилактика преступлений. Но на данный момент аффектированная преступность практически не исследована, многие аспекты данного вида преступности остаются и вовсе не изученными, а это отрицательно сказывается на организации профилактической деятельности.

Понятие «аффект» находится на стыке уголовного права и психологии, поскольку его основа психологическая и полностью зависит от анализа личности преступника и потерпевшего. Поэтому для достижения цели всестороннего и полного анализа данного института нужно решить следующие задачи:

определение сущности аффекта и выявление характеризующих его признаков с помощью психологического анализа;

установить значение аффекта в уголовном праве;

выявить проблемы квалификации аффектированных составов преступлений и раскрыть специфику установления аффекта.

ПРОБЛЕМА ЖЕНСКОЙ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Студ. Шкурко Ю.С., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Проблема женской преступности остро встала в стране лишь в последнее время. Это можно связать с тем, что криминологическая информация по этой теме уже достаточно накоплена и обогащена различными исследованиями женской психологии в сфере преступности и статистическими подсчетами в области преступлений в целом. Появление женской преступности как самостоятельной проблемы определяется также большими масштабами и опасными последствиями противоправных действий женщин.

Исторически сложилось, что женщина призвана выполнять определенные функции и роли, которые могут сделать ее уязвимой в отношении социальной оценки отдельных людей и общественного мнения в целом. В привычном для нас обществе женщина должна стать матерью, воспитывать своих детей, улаживать проблемы в семье вместе с мужем. И такое предназначение довольно обыденно, поэтому отклонения в поведении женщины очень насыщенно проявляются в тяжелых последствиях, которые относятся именно к их личности и семье, к их физическому и моральному облику. Преступность женщины характеризуется вместе с чертами, общими для всей преступной деятельности определенной спецификой и особенностями, с помощью которых можно выделить и рассмотреть данную категорию преступлений в качестве самостоятельного элемента преступности.

Данная проблема наиболее актуальна в настоящее время, так как современная картина преступности дополняется большим количеством преступлений, совершаемых женщинами по разным причинам. Ученые отмечают тенденцию роста женских преступлений, особенно тяжких и особо тяжких, таких как совершение убийств. Чтобы понизить большой процент женской преступности в нашей стране необходимо:

1. Изучить причины, способствующие совершению женщиной преступления.
2. Понять психологические аспекты характера и намерения женщины-преступницы.
3. Выяснить, что именно может подтолкнуть современную женщину на совершение противоправного действия.

ПОНЯТИЕ ПОЛОВОЙ НЕПРИКОСНОВЕННОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ В УГОЛОВНОМ ПРАВЕ

Студ. Абдусаламова Д.М., гр. АМЮ-116
Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.
Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Крайне распространенными в последнее время являются посягательства на половую неприкосновенность несовершеннолетних, посредством совершения в отношении них половых преступлений, предусмотренных гл. 18 УК РФ. Проблема половых посягательств в отношении несовершеннолетних является одной из серьезнейших проблем современного общества.

Преступления против половой неприкосновенности и половой свободы личности – в уголовном праве группа преступлений, грубо посягающих на сложившийся в обществе уклад половых отношений и основные принципы половой нравственности.

Рассматриваемая группа преступлений в отношении несовершеннолетних влечёт за собой ряд не менее значимых проблем, таких как физический, моральный и психологический вред. Поэтому следует решать рассматриваемую ситуацию как можно быстрее. В связи с этим, представляется возможным предложить следующие пути решения указанной проблемы:

усовершенствование уголовного законодательства в части ответственности за данные посягательства;

увеличение мер борьбы с сексуальными посягательствами в отношении несовершеннолетних;

проведение профилактических мероприятий в школах.

ПРОБЛЕМА СЛОЖНОСТЕЙ ПРИ УСТАНОВЛЕНИИ НЕОБХОДИМОЙ ОБОРОНЫ

Студ. Лисовина В.В., гр. АМЮ-217
Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.
Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Один из наиболее актуальных вопросов уголовного права – вопрос установления в действиях лица признаков необходимой обороны. Как известно необходимая оборона – это неотъемлемое право любого человека. Также могу отметить, что данный правовой институт является сдерживающим фактором преступности. Ключевая ошибка государства заключается в неисполнении своей главной функции по защите личности, поэтому защита уголовным законом прав и интересов граждан иногда не

может дать полных гарантий на социальную безопасность из-за сложности доказывания необходимой обороны.

Причинами таких пробелов в законе чаще всего является нехватка четкости и ясности законодательных норм или же возникают трудности в правильной квалификации применения этого права на практике.

С развитием уголовных правоотношений возникают проблемы такие как отсутствие критериев превышения необходимой обороны, частая некомпетентность законодателя, возникающие сложности в доказывание пределов необходимой обороны, а также нет четкости в квалификации использования данного института права. Все это требует своевременных и эффективных нововведений в существующее законодательство.

В связи с этим можно выделить ряд решений для раскрытия данного вопроса:

1. Обращение внимания на проблему компетенции законодательного органа и следственных структур.

2. Установление четкой квалификации правомерного использования необходимой обороны, чтобы исключить попытки граждан жестокого обращения по отношению к нападающему (самосуд) или же имитацию нападения спровоцированную обороняющимся.

3. Введение в закон критериев, определяющих превышение необходимой обороны, поможет понимать гражданам дозволенные нормы поведения в данной ситуации.

4. Решение сложностей, возникающих при доказывании превышения необходимой обороны, а также толкование и применение издержек реализации права на защиту обороняющегося, а не лица, спровоцировавшего конфликт.

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОШИБКИ В УГОЛОВНОМ ПРАВЕ

Студ. Демидова П.С., гр. АМЮ-117

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Неверная юридическая квалификация преступлений является, к сожалению, довольно распространённым явлением, а вынесение необоснованного и незаконного наказания противоречит основополагающим принципам уголовного права. Одной из причин неправильной квалификации является проблема определения ошибки. Наука уголовного права выделяет два вида ошибок: фактические и юридические. Юридическая ошибка – это неправильное представление лица о преступности или непроступности совершенного им деяния, его квалификации, виде и размере наказания, предусмотренных за данные деяния. Этот вид ошибки не вызывает проблем, так как не учитывается при

квалификации. Здесь достаточно руководствоваться двумя основополагающими принципами уголовного права – нет наказания без указания о нем в законе, а также принципом о том, что незнание закона не освобождает от ответственности.

Фактическая ошибка – это неправильное представление, заблуждение лица относительно фактических обстоятельств содеянного, его объективных признаках. Уголовно-правовое значение имеет именно такой вид ошибок, так непосредственно связан с виной, психическим отношением лица, которое является основанием для привлечения лица к уголовной ответственности. Необходимости соотнесения вины, в форме умысла, и фактической ошибки, а также с объективной стороной преступления вызывает сложности в квалификации.

Уголовное законодательство не дает определения ошибки и инструкции, как действовать при ее выявлении, как соотнести с виной, и как это влияет на уголовную ответственность.

В этой связи актуальными следует признать следующие вопросы:

Какие бывают виды ошибок?

Какие фактические ошибки не нашли единого подхода в их разрешении в практике?

Как избежать ошибочной квалификации и назначения различного наказания при наличии фактической ошибки в идентичных деяниях?

ПРОБЛЕМА РАЗГРАНИЧЕНИЯ ОПРЕДЕЛЕННОГО И НЕОПРЕДЕЛЕННОГО УМЫСЛА

Студ. Архипова А.В., гр. АМЮ-117

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

В современном мире преступность имеет огромное значение. Рост общественно опасных деяний ежедневно увеличивается. Наше государство ведёт активную борьбу с преступностью, привлекая к уголовной ответственности лиц, совершивших противоправное деяние.

В уголовном праве умысел является основным критерием для привлечения к уголовной ответственности. Наибольшее внимание уделяется прямому, косвенному и аффективированному умыслу. Таким образом, назревает вопрос, а знает ли судебная практика Верховных судов еще какие-либо виды умысла? Помимо деления на прямой и косвенный, теория и практика уголовного права знают еще несколько классификаций видов умысла. Я хочу затронуть проблему разграничения определенного и неопределенного умыслов.

Критерием отнесения умысла к определенному и неопределенному является степень конкретности представлений об основных социальных

свойствах деяния. Данные виды умысла влияют на квалификацию преступления и именно поэтому важно различать их между собой. Таким образом, можно предложить следующие пути решения данной проблемы:

Сформулировать точное очерчивание способов и средств для совершения преступления.

Применить более четкие критерии для обозначения способов и средств совершения преступления с целью определить предполагаемую локализацию последствий.

Обратить особое внимание на способы и средства, которые использует виновный при совершении преступления.

Уделить большее значение психологической беседе с виновным с целью определить его умышленные намерения.

ПРЕСТУПНОСТЬ В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ

Маг. Бойко К.С., гр. ВМАГ-ЮР-118

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

В настоящее время в юридической науке и практике весьма актуальной представляется проблема правоохранительного реагирования на преступность в киберпространстве. В Уголовном кодексе Российской Федерации так называемые киберпреступления представлены главой 28 «Преступления в сфере компьютерной информации», которая содержит составы: неправомерный доступ к компьютерной информации (ст. 272 УК РФ); создание, использование и распространение вредоносных компьютерных программ (ст. 273 УК РФ); нарушение правил эксплуатации средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации и информационно-телекоммуникационных сетей (ст. 274 УК РФ); неправомерное воздействие на критическую информационную инфраструктуру Российской Федерации (ст. 274.1 УК РФ). Кроме того, к таким преступлениям следует относить: мошенничество в сфере компьютерной информации (ст. 159.6 УК РФ); возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства (ст. 282 УК РФ); преступления, связанные с нарушением авторских прав и др.

Как правило, киберпреступления совершаются в пространстве Интернета. Способ совершения киберпреступления удаленный, опосредованный, носит транснациональный характер. Место совершения преступлений – киберпространство, время совершения – сеанс связи.

В этой связи можно выделить следующие проблемы преступности в киберпространстве:

1. Рост числа киберпреступлений в Российской Федерации, а также падение уровня их раскрываемости.

2. Отсутствие регулируемого сотрудничества в борьбе с киберпреступностью между государством и бизнесом.

3. Использование неактуальной терминологии в нормативных актах, и как следствие отсутствие составов, связанных с применением средств и способов совершения киберпреступлений, в Уголовном кодексе Российской Федерации.

4. Недостаточная компетентность лиц, занимающихся выявлением и раскрытием киберпреступлений.

Предполагается, что наличие сотрудничества между государством и бизнесом, повышение уровня компетентности лиц, занимающихся расследованием киберпреступлений, редакция действующего законодательства с учетом современных киберугроз должны способствовать раскрываемости киберпреступлений.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И РАСТОРЖЕНИЯ ДОГОВОРА ПОСТАВКИ

Маг. Серков И.В., гр. МАГ-ЮР-118

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Очень частой проблемой при заключении или расторжении договора поставки, а также при возмещении убытков, стоит вопрос о правильной квалификации договора поставки.

Суды, как показывает практика, могут не учитывать положения гражданского законодательства о поставке и розничной купле-продаже, не обнаруживая в некоторых весьма спорных ситуациях второго квалифицирующего признака договора поставки – приобретения товара для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием, что влияет на налоговые отношения в том числе. Так, согласно ст. 346.26 Налогового кодекса РФ, розничная торговля в некоторых случаях подлежит обложению единым налогом на вмененный доход, в то время как продажа товаров по договору поставки этим налогом не может облагаться ни в каких случаях.

На первый взгляд достаточно просто отграничить договор поставки от договора продажи недвижимости по виду продаваемой вещи (признаки недвижимого имущества приведены в ст. 130 ГК РФ). Однако это касается случаев продажи вещей, являющихся недвижимыми по своей природе (земельные участки и участки недр), и вещей, прочно связанных с землей (здания, сооружения, объекты незавершенного строительства и др.). Если же говорить о продаже объектов, которые признаны недвижимостью в силу закона (подлежащие государственной регистрации воздушные и

морские суда, суда внутреннего плавания и космические объекты), вопрос правильной квалификации договора не так прост. Как отмечают в науке, правила параграфа 7 гл. 30 ГК РФ о договоре продажи недвижимости подлежат применению только при купле-продаже уже ранее зарегистрированных таких объектов (т.е. при вторичной купле-продаже). Однако изготовление (постройка) таких объектов и их передача заказчику должны опосредоваться договором поставки, поскольку изготовленные (построенные) воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты становятся недвижимостью после передачи заказчику и лишь в том случае, когда эти объекты зарегистрированы специально уполномоченными органами.

Исходя из данных проблем, представляются следующие пути решения проблемы:

конкретизировать понятие «иные цели, не связанные с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием»;

закрепить презумпцию «предпринимательского» использования товаров, приобретенных субъектами предпринимательской деятельности (так как зачастую продавец не обладает информацией о том, для каких целей приобретает покупатель продукцию, что может повлечь за собой дополнительные гарантии у покупателя, если квалифицировать как розничную торговлю);

закрепить критерии, позволяющие однозначно определить, когда к продаже воздушных и морских судов, судов внутреннего плавания и космических объектов применяются правила о продаже недвижимости, а когда правила о договоре поставки.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УГОЛОВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЗАЩИТЫ ИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ ГРАЖДАН

Маг. Ерошкин Д.С., гр. МАГ-ЮР-118

Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Право собственности является неотъемлемым правом гражданина Российской Федерации, так ст. 8 Конституции РФ закрепляет все формы собственности в РФ, включая частную. Ст. 6 УПК РФ определяет назначение уголовного судопроизводства как защиту прав и законных интересов лиц и организаций, потерпевших от преступлений; защиту личности от незаконного и необоснованного обвинения, осуждения, ограничения ее прав и свобод.

Наиболее актуальная проблема в сфере уголовно-правового обеспечения имущественных прав граждан вытекает именно из второго назначения судопроизводства.

Так, в сфере обеспечения защиты имущественных прав граждан остро стоит проблема необоснованного уголовного преследования, целью которого является, по сути, хищение имущества привлекаемого лица. Такие дела называют «заказными». Несмотря на формальное соблюдение ст. 140-146 УПК РФ, целью расследования таких дел не является доведение их до суда с последующим вынесением законного, обоснованного и справедливого обвинительного приговора. Обычно, для достижения цели достаточно создать реальную угрозу привлечения к уголовной ответственности лица с целью противозаконного перехода имущественных прав граждан. Также изъятие у лица имущества может осуществляться путем препятствования ему в управлении имуществом (исключение возможности участия лица в органе управления юридическим лицом, препятствование совершению гражданско-правовых сделок и др.)

Предлагаю следующие пути решения указанной проблемы:

Усиление прокурорского надзора и судебного контроля над расследованием дел, которым присущи признаки «заказных»

Дополнительная пенализация преступного деяния, предусмотренного ст.ст. 299-307 УПК РФ.

Проведение дополнительной работы с работниками органов дознания и следственными органами, работниками прокуратуры и суда в целях предупреждения незаконного и необоснованного привлечения к уголовной ответственности, незаконного и необоснованного привлечения лиц в качестве обвиняемых в целях защиты граждан от необоснованных подозрений.

Уменьшение количества обвиняемых, содержащихся под стражей по экономическим преступлениям, если таковые высказывают намерение загладить причиненный ущерб.

Обеспечение возможности лицам, привлекаемым в качестве обвиняемых, реализовать свои гражданские права, участвовать в управлении юридическими лицами, учредителями которых они являются.

САМОВОЛЬНАЯ ПОСТРОЙКА: СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РСФСР И РФ

Маг. Кондратьев П.Д., гр. ВМАГ-ЮР-118
Научный руководитель: доц. Джафарли В.Ф.
Кафедра Уголовного права и адвокатуры

В советский период развития нашего государства происходит постепенное ужесточение как правил строительства, так и мер по борьбе с самовольными застройщиками. Законодательство того времени различало гражданско-правовые последствия самовольной постройки дома – невозникновение права собственности на соответствующий объект у гражданина-застройщика и снос данного объекта либо безвозмездное его изъятие по решению суда и зачисление в фонд местного Совета народных депутатов, а также уголовно-правовые последствия самовольного строительства.

В целом указанные меры были направлены на охрану государственной монополии на землю. Как следствие, земельные участки предоставлялись строго по целевому назначению с последующим тотальным контролем возведения строений исключительно на условиях, указанных при отводе участка.

В советский период законодатель впервые обращает внимание и на иные действия, связанные с изменением существующих объектов недвижимости, к коим относит пристройку, надстройку, переоборудование, перепланировку, смену назначения строений, также резко отрицая возможность самовольного – без публичного разрешения – осуществления указанных действий. По правовым последствиям в целом такие действия приравнивались к самовольному строительству: вопрос о праве собственности на такие строения даже не поднимался, а сами постройки подлежали либо сносу, либо (в более позднем периоде) приведению в прежнее состояние. Такие меры, в свою очередь, были направлены на неукоснительное соблюдение требований первоначального проекта строительства и недопустимость его изменения без разрешения уполномоченного органа.

В период, предшествующий распаду СССР, самовольные переоборудования (перепланировки) жилых помещений не допускались, расценивались в качестве административного правонарушения, однако надлежащее правовое регулирование последствий самовольного осуществления указанных действий на законодательном уровне отсутствовало. На подзаконном уровне, более распространенном в то время, данный вопрос надлежаще урегулирован также не был.

После распада СССР в гражданском законодательстве в целом был закреплен прежний подход к самовольному строительству, что касается изменения объектов недвижимости, то их собственникам фактически была предоставлена неограниченная возможность их преобразования в совокупности с отсутствием регулирования данных отношений на федеральном уровне и, как следствие, наличием разного подхода к данному вопросу на местном уровне (последнее отчасти можно наблюдать и по сей день).

Таким образом, резюмируя уже полученные выводы, в качестве положительной стороны существующего российского опыта по рассматриваемому вопросу можно отметить довольно обширное количество норм, регламентирующих процесс законного (легального) создания (изменения) объектов недвижимости, которые нашли свое закрепление и в действующем законодательстве. Вместе с тем при всем количестве данных норм правовые последствия самовольного (несанкционированного) совершения указанных действий зачастую прописывались законодателем лишь схематично, равным образом содержание самовольных действий законодателем раскрыто не было. К сожалению, такую отрицательную динамику мы имеем и по сей день.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ НЕГАТИВНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ СДЕЛОК ДОЛЕВОГО СТРОИТЕЛЬСТВА ЖИЛЬЯ

Маг. Газиев М.М., гр. МАГ-ЮР-118

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Как известно, в сделке долевого строительства собственник финансирует постройку квартиры с первого этапа с выгодными финансовыми вложениями, а застройщик, в свою очередь, не платит проценты банку и может продавать квартиры дешевле. И если обе стороны – застройщик и дольщики – добросовестные, то в итоге оба достигают своих целей. На практике же застройщики (девелоперы) не всегда отличались добросовестностью и когда появлялись другие варианты использования денег дольщиков, то строительство домов, как правило, замораживалось. На официальном сайте Минстроя в России в 2017 году насчитывалось 46 тыс. обманутых дольщиков. На наш взгляд, их значительно больше.

В 2018 году было принято государственное решение, покончившее с негативными сюжетами, царившими в долевом строительстве в России с конца прошлого века. На смену существующему порядку, приводившему зачастую к таким негативным последствиям, теперь должно прийти проектное финансирование, и строительство жилых домов будет, по сути,

осуществляться за счет денег Банка, в котором застройщик откроет счет. В свою очередь, будущие владельцы квартир будут вносить деньги на эскроу-счет, которые застройщик получит только после сдачи дома в эксплуатацию.

Предполагается, что проектное финансирование избавит от нынешней сложной ситуации с «замороженными» объектами строительства и обманутыми дольщиками.

Между тем, в свете последних законодательных изменений, негативные последствия может нести и новый субъект данного процесса - банк. В случае невыполнения застройщиком своих обязательств, денежные средства на выполнения которых предоставляет банк, он также понесет финансовые потери. Потому целесообразно ужесточить требования к застройщикам и девелоперам, особенно на стадии получения разрешения на строительства. Проектную строительную документацию должны проверять специалисты в данной области, а не сотрудники аппарата управления муниципалитета. В связи с введением нового субъекта в данный процесс – банка, ему также необходимо будет проявлять достаточную компетентность в вопросах оценки строительных объектов. Ведь теперь банк будет выступать своеобразным посредником между непрофессиональными инвесторами-гражданами и застройщиками.

Более того, для устранения негативных последствий следует решать вопрос о правовом просвещении населения, доносить до него сущность и риски инвестиционной деятельности.

МЕЖОТРАСЛЕВОЕ ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ УЧАСТНИКОВ ДОГОВОРА ЗАЙМА

Маг. Мехтиева Д.М., гр. МАГ-ЮР-118
Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.
Кафедра Уголовного права и адвокатуры

В решении многих проблем обеспечения обязательств по различным сделкам обеспечение их безопасности сегодня представляет собой самостоятельный превентивный ресурс для удовлетворения всеми участниками той или иной сделки своих интересов. Более того, в решение этих вопросов включаются многие отрасли права, тем самым обеспечивая комплексное правовое участие в достижении общих целей любого правоотношения, изначально выступающего предметом регулирования какой-либо обособленной отрасли права.

Изначально договор займа выступает предметом гражданско-правового регулирования. Тем не менее, когда речь идет (в самом широком смысле слова) о необходимости обеспечения безопасности обязательств

сторон по таким договорам, одного правового ресурса гражданского кодекса РФ становится явно недостаточно.

Изучение множества иных (по сравнению с гражданским правом) правовых возможностей для создания системы надежных и удобных для применения способов обеспечения исполнения заемных обязательств представляет собой высоко значимую научную и практическую задачу. Ведь тема обеспечения безопасности сделки (как формы определенных общественных отношений, которым может угрожать любая опасность) имеет отражение не только в гражданском праве, но и в таких отраслях права, как: уголовное, финансовое, банковское и др.

В связи с необходимостью предупреждения каких-либо правонарушений, способных повлечь неисполнение обязательств по договорам займа, представляется возможным предложить следующие пути решения указанных проблем:

сделать обязательным регистрацию договора займа в Управлении Росреестра;

обязать лицо, имеющего намерение получить денежную сумму по договору займа, представлять сведения из налоговой инспекции, для подтверждения возможности выплаты денежных средств;

сделать обязательной регистрацию расписок, для того чтобы избежать мошеннических действий;

ввести лимит для получения и выдачи денежных средств со стороны физического лица на определенную сумму;

усилить контроль за обеспечительными мерами исполнения договора.

УСТАВНОЙ КАПИТАЛ ОБЩЕСТВА КАК ГАРАНТИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ КРЕДИТОРОВ

Маг. Левковский Э.М., гр. ВМАГ-ЮР-118
Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.
Кафедра Уголовного права и адвокатуры

В ряду многих финансово-правовых проблем поддержки экономических интересов субъектов хозяйствования оптимизация управления уставным капиталом может выступать самостоятельной гарантией обеспечения требований кредиторов.

Известно, что уставной капитал общества на ранних стадиях рыночной экономики в Российской Федерации являлся определенным рычагом стабилизации экономического положения субъекта, решившего заняться самостоятельной хозяйственной деятельностью. К тому же государство было нацелено на качественный сбор налогов и контроль финансовых потоков от увеличивающегося числа субъектов

хозяйствования, для которых минимальный размер уставного капитала существенно стимулировал регистрацию юридических лиц.

Несомненно, эта мера привнесла некоторый эффект в развитие экономики страны, но далеко не тот, который мог гарантировать права кредитора. Вследствие чего, на Российский рынок вышли хозяйственные общества без сформированного уставного капитала, не говоря уже о фирмах «однодневках», которые создаются исключительно с целью уклонения от уплаты налогов и мошеннических операций.

Полагаем, что размер уставного капитала субъекта хозяйствования может и должен стать одной из гарантий интересов его кредиторов. Не секрет, что большой размер уставного капитала говорит о надежности экономического сообщества, повышает его престиж, влияет на деловой рейтинг компании.

Уменьшение уставного капитала хозяйственного общества традиционно трактуется как мероприятие повышенной опасности, создающее угрозу кредиторам. В том числе острая проблема защиты прав кредиторов в случае снижения стоимости чистых активов хозяйственного общества ниже размера уставного капитала и уменьшения его размера не раз обсуждалась в Конституционном суде Российской Федерации.

Можно сделать вывод о том, что частые поправки в законодательстве не дают четкого решения этой проблемы. Только комплексное и сбалансированное регулирование вопроса в области формирования уставного капитала организации могло бы защитить кредиторов, создать жизнь в целом более справедливой, экономику – более развитой. Это могло бы стать важнейшим решением для обеспечения стабильности и последующего развития гражданского оборота в Российской Федерации.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОГЛАШЕНИЙ ОБ УПЛАТЕ АЛИМЕНТОВ

Маг. Шафарук А.В., гр. МАГ-Ю-118

Научный руководитель: проф. Лебедев С.Я.

Кафедра Уголовного права и адвокатуры

Соглашение об уплате алиментов является важным установлением в семейном праве, так как оно предоставляет возможность скоординировать и сбалансировать соответствующие интересы сторон алиментного правоотношения. Основным преимуществом настоящего соглашения является правовая гарантия осуществления лицом возложенных на него обязательств. Она вытекает из содержащейся в Конституции Российской Федерации гарантии защиты семьи, материнства, детства. Однако, к сожалению, государство в нынешних условиях своего развития не всегда может предоставить всем людям абсолютную безопасность в тех или иных

ситуациях. То же касается и алиментных обязательств. Для того чтобы обеспечить безопасность сторон алиментного отношения, то есть гарантировать соответствующие выплаты в пределах такого отношения, появилось алиментное соглашение, основанное, прежде всего, на добровольных началах, заключаемое между лицом уплачивающим алименты и лицом их получающим, регулирующее размеры, порядок и способы уплаты алиментов. Такое соглашение предоставляет возможность скоординировать и сбалансировать соответствующие интересы сторон, являясь правовой гарантией исполнения ими своих обязательств.

Однако зачастую семейно-правовые отношения выходят за границы своего оборота, тесно переплетаясь с другими отраслями права. В правовой сфере это допустимо в связи с разносторонними, осложнёнными различными обстоятельствами правоотношениями. Проблема состоит в том, что, являясь обособленной отраслью права, семейное законодательство крайне скупо на целенаправленное правовое регулирование соглашений об уплате алиментов. Потому целесообразно появление в Семейном кодексе Российской Федерации дополнительных норм, специально посвященных определению и регулированию ответственности сторон алиментного правоотношения.

Наряду с этим, существует проблема, связанная со структурой соглашения об уплате алиментов. В него не всегда можно вместить все, обозначаемые сторонами, условия исполнения обязательств. Потому нотариусы часто настаивают на простых формах подобного соглашения. Однако простая форма не учитывает специфики семейно-бытового отношения, в большинстве случаев содержащего индивидуальные нюансы, имеющие значение для обозначения и, соответственно, исполнения алиментных обязательств.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ МЕР ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЕ АВТОРСКИХ ПРАВ В ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ СЕТЯХ

Маг. Рукотов М.А., гр. МАГ-Ю-118

Научный руководитель: доц. Щербачева Л.В.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В настоящее время представляется актуальной проблема реализации мер защиты прав авторов и иных правообладателей в информационно-телекоммуникационных сетях. В современной действительности общество столкнулось с массовым внедрением информационных технологий в повседневную жизнь ее членов. Это привело к созданию не только определенных благ для человечества, но и способствовало зарождению новых путей и способов нарушения прав лиц, в том числе и в сфере

отношений, связанных с результатами интеллектуальной и творческой деятельности.

Законодательным органом Российской Федерации были разработаны специальные правовые и технические механизмы, целью работы которых является искоренение правонарушений и защита прав и законных интересов авторов и иных правообладателей в киберпространстве. Однако эффективность использования таких методов борьбы с нарушением авторских прав является спорным.

В этой связи можно выделить следующие практические проблемы в области охраны авторских прав в информационно-телекоммуникационных сетях:

проблема неэффективности существующих мер охраны авторских прав в веб-пространстве;

проблема ограниченности применения мер охраны авторского права;

проблема значительного опережения развития информационных технологий относительно правовых норм, регулирующих их.

ПРАВОВАЯ ПРИРОДА МИРОВОГО СОГЛАШЕНИЯ

Студ. Чиркина Л.С., гр. АМЮ-16

Научный руководитель: доц. Щербачева Л.В.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

В последние годы актуальной является тема улучшения примирительных процедур. Мировое соглашение является одним из действенных примирительных мер урегулирования возникшего гражданско-правового спора. Однако вопрос о правовой природе данной категории остаётся открытым.

Наука выделяет три теории правовой природы мирового соглашения: материально-правовую, теорию процессуального характера мирового соглашения и смешанную теорию. Судебная практика также не даёт точного ответа на вопрос: «Какова правовая природа мирового соглашения?»

По нашему мнению, мировое соглашение включает как материально-правовые, так и процессуальные признаки. Так, в заключении мирового соглашения, как и гражданско-правового договора, участвуют как минимум два субъекта. При этом сторонами выступают лица, участвующие в судебном процессе – истец и ответчик, что доказывает процессуальный характер рассматриваемой категории. Также к мировому соглашению применяется закреплённый в ст. 421 Гражданского кодекса Российской Федерации принцип свободы договора, в той степени, что стороны не могут понуждаться судом к заключению мирового соглашения и его условия определяются по усмотрению сторон. Однако без

утверждения мирового соглашения судом оно не будет считаться заключённым, что вновь свидетельствует о его публично-правовой природе. Ещё одним процессуальным признаком является последствие заключения мирового соглашения в виде прекращения производства по делу. Признаком, доказывающим материальный характер мирового соглашения, является его предмет – действия должника (ответчика), направленные на удовлетворение интересов кредитора (истца).

Таким образом, в юридической литературе единого мнения о правовой природе мирового соглашения за последние десятилетия не сложилось. Причиной этого является отсутствие легального определения мирового соглашения. В связи с этим, следует на законодательном уровне раскрыть понятие «мировое соглашение», определив его как гражданско-правовой договор, заключённый сторонами в судебном процессе, с целью устранения спора между ними и прекращения процесса. Тем самым закрепив смешанную природу рассматриваемой категории.

ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУТА ПРЕЮДИЦИИ В РОССИЙСКОМ ГРАЖДАНСКОМ И АРБИТРАЖНОМ ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ПРАВЕ

Студ. Ильичев А.Д., гр. АМЮ-15

Научный руководитель: доц. Щербачева Л.В.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

На современном этапе развития гражданского судопроизводства не теряет актуальности вопрос о совершенствовании его институтов и устранения сдерживающих факторов. Одним из препятствий развитию выступает институт преюдиции, сложившийся в иных политических и идеологических условиях и не отвечающий современным вызовам.

Среди основных проблем, создаваемых указанным институтом в правоприменительной деятельности, можно назвать следующие:

1. Преюдиция в современном понимании возникла вследствие некорректного изменения института предсудимости, выполнявшего в дореволюционном процессе значимые задачи. Такое искажение являлось искусственным: устоявшийся механизм был вычеркнут из законодательства и заменён новым, основывающимся на декларативных нормах.

2. Преюдиция никогда не вытекала из принципа объективной (судебной) истины, поскольку возможности суда устанавливать абсолютную истину ограничены.

3. Преюдиция противоречит принципам состязательности и диспозитивности и не может оправдываться процессуальной экономией.

4. Преюдиция не является дополнительной гарантией принципа правовой определённости и не играет значимой роли в поддержании непротиворечивости судебных актов.

5. Преюдиция препятствует достижению основной цели гражданского судопроизводства.

6. Правила о преюдиции не позволяют в полной мере реализовать потенциал механизма раскрытия доказательств.

7. Устранение института преюдиции позволит укрепить принципы гражданского судопроизводства и развивать его институты.

ФАКТОРЫ СНИЖЕНИЯ КРЕДИТНОЙ АКТИВНОСТИ

Студ. Швец Е.В.

Научный руководитель: доц. Морозова Т.Ф.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В настоящее время банковские учреждения несут значительные убытки именно от кредитной деятельности, что обусловлено влиянием следующих факторов:

неравномерность регионального развития банковской системы;

жесткая межбанковская конкуренция при отсутствии значительных различий в процентных ставках по депозитам и кредитам, что приводит к сокращению маржи;

высокие кредитные риски и несовершенные методы их оценки и управления;

неустойчивая ресурсная база банков вследствие значительного оттока депозитов;

низкий уровень финансовой грамотности населения, несовершенство нормативного обеспечения кредитной политики банка;

рост политических и экономических рисков, инфляция.

Общее снижение экономической активности и уменьшение числа надежных заемщиков привело к доминированию в банковской системе не количественных (стоимость кредита), а качественных (надежность) факторов, что привело к снижению в 2018 г. средневзвешенной процентной ставки по кредитам в российской валюте снизилась с 17,5% до 16,2%; сократился объем кредитных вложений банков.

Основными негативными проявлениями современной кредитной политики коммерческих банков РФ выступают: сокращение объемов дешевых кредитных ресурсов, что свидетельствует о низком уровне их доступности на финансовом рынке; рост доли проблемных кредитов по преимущественно агрессивной кредитной политике; почти полное прекращение кредитования на долгосрочной основе; концентрация кредитных ресурсов преимущественно в банках первой группы; снижение

доли кредитов физическим лицам в кредитном портфеле банков, в большинстве банков наименьший удельный вес; малый объем кредитных ресурсов в иностранной валюте; преимущественно кредитуются сфера торговли и промышленность, снижение доли кредитов на строительство, транспорт и инфраструктурные сферы экономической деятельности и др.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Студ. Елизарова Л.Ю., гр. АМЮ-116

Научный руководитель: доц. Григорьев А. И.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

На современном этапе развития законодательства институт налогового контроля постоянно изменяется и совершенствуется. Однако не все эти изменения дают положительные результаты.

В частности, представляет интерес проблема придания письмам Федеральной налоговой службы Российской Федерации статуса нормативных правовых актов, что противоречит законодательству.

Так, например, в письме ФНС России от 10.2018 №ЕД-4-15/13247, говорится о профилактике нарушений, связанных с фиктивностью финансово-хозяйственной деятельности. Фабулу этого документа формально можно разделить на две части: 1) признаки недобросовестности налогоплательщика; 2) аннулирование налоговых деклараций. В письме к числу признаков недобросовестности налогоплательщика отнесены такие как допущение ошибки в номере налоговой декларации, присутствие адвоката на допросе должностных лиц. Однако неверный номер может быть элементарной ошибкой банковского работника, а запрет на присутствие адвоката при допросе противоречит ст. 48 Конституции Российской Федерации. Что касается аннулирования налоговых деклараций, то процесса действий, направленных на перевод деклараций в соответствие «закону», письмо не содержит. Более того, статья 80 НК РФ не предусматривает механизма аннулирования налоговых деклараций.

Более интенсивно обсуждается письмо ФНС от 26.06.2018 №ЕД-4-2/12467, в котором излагаются пути выявления незаконной предпринимательской деятельности. В письме предлагается выйти Минфину на законодательный уровень с инициативой и разрешить контролирующему органу получать информацию о счетах физических лиц вне рамок налоговой проверки. Таким образом, физическому лицу придется регулярно доказывать свою добросовестность, несмотря на наличие презумпции невиновности (ст. 108 НК РФ).

Мы предлагаем обратить внимание на указанные проблемы. Необходимо на законодательном уровне определиться с практикой

придания юридической силы письмам ФНС РФ. В противном случае законодательство придет в сплошное противоречие, а налогоплательщики будут подвергаться необоснованным рискам со стороны налогового контроля.

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОГОВОРА ФИНАНСОВОЙ АРЕНДЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Студ. Щавелев А.В., гр. АМЮ-115

Научный руководитель: доц. Мочалова В.А.

Кафедра Гражданского права и публично-правовых дисциплин

Являясь широко используемой юридической конструкцией во всем мире, договор финансовой аренды имеет некоторые проблемы правового регулирования в Российской Федерации, существующие вследствие противоречивости действующего законодательства, несоответствии определений договора лизинга в Гражданском Кодексе Российской Федерации, ФЗ № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» и Конвенции УНИДРУА о международном финансовом лизинге, неопределенности юридической природы договора лизинга, проблема его «двойной государственной регистрации», а также в сложности отграничения данного договора от других гражданско-правовых договоров.

Рассматривая указанные проблемы, можно сделать следующие выводы и предложения.

1. Договор лизинга – соглашение, в соответствии с которым арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование.

2. Более правильно придерживаться точки зрения о том, что договор лизинга является самостоятельным видом договора.

3. Договор лизинга имеет двусторонний характер, его сторонами являются лизингодатель и лизингополучатель. Продавец не является третьей стороной договора, однако является участником лизинговых отношений.

4. Вопрос о «двойной» регистрации прав из лизинговой сделки, когда объектом лизинга выступает недвижимое имущество, следует урегулировать в законе о государственной регистрации недвижимости.

5. К различиям в свете Конвенции УНИДРУА и российского законодательства о лизинге относятся, в частности, судьба лизингового имущества на случай банкротства лизингополучателя, отсутствие в Конвенции УНИДРУА правил, позволяющих освободить лизингодателя от ответственности за выбор поставщика и оборудования.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СЕРВИСА В РОССИИ

Студ. Вашков А.С., гр. ЭС-118
Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.
Кафедра Коммерции и сервиса

Все неприятные моменты, связанные с российским сервисом, в большинстве случаев, являются пережитком социалистического прошлого. В то время полностью отсутствовала конкуренция товаров, и покупателю не из чего было выбирать. В наши дни клиент выбирает, где и что ему купить. Приведем для сравнения русское и английское определение сервиса. Западные источники указывают, что в центре сервиса должен стоять клиент, удовлетворение его потребностей и помощь ему в любой ситуации. Вопреки западным определениям, в российском определении главной целью сервиса является победа над конкурентами. Можно сделать однозначный вывод о том, что российским компаниям важно занять лидирующие позиции на рынке. А как будет чувствовать себя клиент – не является приоритетной задачей. Это одна из главных ошибок российского сервиса.

Еще одна проблема в том, что компания не может оценить себя за клиентов. Критерии оценки сервиса у бизнеса и клиентов совершенно разные. Компания судит, глядя на цифры, а клиент ориентируется на ощущение «комфортно-некомфортно». В России даже за солидные деньги не всегда могут предоставить качественный сервис. Например, практически во всех зарубежных компаниях клиенту всегда предлагают чай или кофе, а у нас такое можно встретить очень редко.

Ярким примером может послужить ситуация, которая сложилась на российском туристическом рынке. На территории нашей страны присутствует минимальное количество зарубежных туристов, хотя Москва, Санкт-Петербург и многие другие города могут быть очень интересны для иностранцев. Как уже неоднократно отмечалось, причиной является отсутствие гостиниц с приемлемыми ценами и качественным сервисом, что заведомо отпугивает иностранных туристов.

Для России большая редкость при получении покупки получить радость от обслуживания. Одной из главных проблем современного сервиса являются кадры. Высококачественный сервис требует высококвалифицированных сотрудников, и на подготовку такого персонала тратятся большие средства. Не каждая компания может себе позволить такие траты.

Тем не менее, по данным компании NEXTER Research уровень культуры в России медленно, но растет.

ПУТИ РАЗВИТИЯ РИТЕЙЛА В РОССИИ

Студ. Хохотва Е.А., гр. ЭТД-118, Журавлев М.Е., гр. ЭТВ-118

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

История российского ритейла еще очень молода, в отличие от Европы, но наши соотечественники успешно прошли путь от *tabula rasa* до уровня ТОП-менеджеров известных на рынке розницы компаний. Они конкурентоспособны, они могут управлять бизнесом, вести переговоры, реагировать на меняющиеся реалии не хуже, а порой даже намного лучше, чем их западные конкуренты, они анализируют свои ошибки и учатся на чужих.

Сегодня в нашей стране без профессионалов в области торгового дела невозможно успешно вести коммерческую работу. В этой связи в России придается большое значение профессиональной подготовке специалистов в области торговой деятельности, привлечению студентов к участию в мероприятиях, направленных на установление и поддержание контактов с руководителями и специалистами, обмен опытом, укрепление делового партнерства и взаимного доверия.

С этой целью планируются и проводятся встречи (в том числе, клубного формата), секции, конференции, стартапы с целью обобщения опыта работы ритейлеров, повышения эффективности их взаимодействия, анализа проблем управления бизнесом розничных продаж в России и мире, современных технологий для розничной торговли.

Представляется, что самый удобный формат обсуждения этих вопросов, когда приглашаются как ритейлеры, так и компании, занимающиеся обслуживанием розницы (логистика, торговые центры, инвестиции, реклама и т.д.).

Руководители компаний делятся секретами успешных проектов, обсуждают важнейшие вопросы ведения бизнеса в нынешних экономических условиях, рассказывают о том, как управляют бизнесом, как снижают издержки и повышают эффективность, в том числе от грамотной реализации современных IT-решений, каковы их правила бизнеса и планы на будущее.

Топ-менеджеры, генеральные директора, директора по маркетингу, HR-директора крупных компаний вместе с ведущими говорят о стратегии развития розничного рынка, маркетинговой стратегии, рассказывают, как можно двигать бизнес вперед при помощи информационных технологий, и что помогает стать лидером в своей отрасли.

СОСТОЯНИЕ СЕРВИСНОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ

Студ. Чурилина М.А., гр. ЭС-118

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

То, что у нас называют сервисом, часто является суррогатом, который только изображает доброжелательность. У нас сотрудники могут извиняться перед клиентом с каменным лицом, могут улыбаться, глядя не в глаза, а куда-то сквозь человека; могут приглашать «посетить нас снова», отводя взгляд.

И в том, и в другом случае приводятся примеры неадекватной коммуникации. Слова не соответствуют тому, что демонстрируется голосом, движениями тела и пр., и явно указывают на нечто отличное от значения невербальной коммуникации.

Для этого явления есть специальный термин: неконгруэнтность. Здесь оно значит приблизительно «несоответствие». Возникает ощущение неконгруэнтности, обмана, неискренности. Это угнетает здравомыслящих и адекватных людей, которые недоумевают, зачем весь этот театр. Им неприятен наигранный сервис.

Наша проблема в отсутствии в стране сервисной культуры. Мы помним заповедь «клиент всегда прав» и старательно пытаемся привить сервис, но пока у нас плохо получается. Мы слышим холодной нацией. У нас не принято без видимой причины улыбаться, например, на работе. Нам с детства говорят «никогда не разговаривай с незнакомцами». И действительно, мы не стремимся к общению с малознакомыми людьми и стараемся избегать новых контактов. А какие лица окружают вас в общественном транспорте. Не пик доброжелательности, правда?

С таким наследием тяжело перестроиться на сервисный лад. Специалисты отмечают, как тяжело людям с подобным менталитетом впитать базовую доброжелательность. Базовая доброжелательность адресована не лично к конкретному человеку, который вызывает симпатию, а это доброжелательность на уровне отношения к миру: к каждому клиенту, каждому человеку, с которым общаешься. Следуя такой модели поведения, человек открыт и приветлив с малознакомыми людьми.

Большая часть сотрудников испытывает значительные сложности при обучении сервису, им тяжело и морально и физически.

Основная причина этого в том, что внутренние установки позволяют сотруднику быть настроенным к клиенту вполне позитивно, но присущие нашему психотипу поведенческие привычки создают абсолютно противоположное впечатление.

ЗАДАЧИ ТОВАРОВЕДЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Студ. Шарапуто И.М., гр. ЭТД-118, Баженов П.А., гр. ЭТВ-118

Научный руководитель: доц. Исааков Г.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Критериями современного состояния потребительского рынка могут служить состояние источников наполнения рынка товарами; соотношение спроса и предложения, качество товаров.

Дефицит товаров или увеличение удельной доли импортных товаров происходит, если спрос не удовлетворяется полностью в силу недостаточного развития или спада отечественного производства. Современное состояние потребительского рынка характеризуется ростом отечественного производства и уменьшением доли импортных товаров в структуре ассортимента.

Вытеснение в 1990-х годах с рынка отечественных товаров импортными было вызвано двумя основными причинами:

во-первых, низкая конкурентоспособность отдельных российских товаров.

во-вторых, сказывалась былая привлекательность импортных товаров.

В условиях насыщенного рынка обостряется конкуренция, и, как следствие, качество отечественных товаров постепенно улучшается, т.к. качество является одним из важнейших критериев конкурентоспособности товаров.

С развитием товарного производства и потребностями торговли, в первую очередь, связано товароведение, как наука и одна из учебных дисциплин.

Товароведение как наука должно решать следующие основные задачи:

установление принципов и методов товароведения, обусловливающих его научные основы;

систематизация множества товаров;

анализ ассортиментной политики промышленной или торговой организации; управление ассортиментом организации;

определение номенклатуры потребительских свойств, качества и показателей товаров;

разработка мер по предупреждению реализации некачественных товаров; определение количественных характеристик единичных экземпляров товаров и товарных партий;

систематизация множества товаров, путём применения классификации, штрихового кодирования;

информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя; товароведная характеристика конкретных товаров.

Авторский указатель

А

Абдуллоев Ч.Ш., 111
 Абдусаламова Д.М., 257
 Абрамов А.А., 140
 Абросимова Е.М., 8
 Аветисян М.А., 239
 Агаева Э.Ш., 82
 Агеева М.В., 7
 Алекперова Д.В., 113
 Александрова Е.В., 40
 Али Л.Р., 234
 Алмаева П.С., 169
 Андрианова Ю.В., 129
 Андриющенко Р.Г., 4
 Анисимов Д.В., 41
 Архипов И.С., 193
 Архипова А.В., 259
 Асланян Л.С., 170
 Астахова В.С., 83
 Афанасьева Е.С., 194
 Ахмедова А.А., 42

Б

Бабаева Э.Э., 225
 Багрянова Н.Е., 21
 Баскакова А.О., 195
 Бекиров Р.М., 229
 Белова Т.В., 43
 Бенькин М.С., 171
 Беседин И.С., 144
 Бигар А.А., 44
 Богатырев Я.В., 217
 Бойко К.С., 260
 Болдырева Д.Е., 164
 Борисова Н.А., 240
 Борщенко А.С., 172
 Бочарова А.В., 165
 Букина А.М., 105
 Былинин Н.С., 218

В

Валит М.В., 45
 Вашков А.С., 46
 Вашкова П.С., 47

Вдовиченко К.С., 104
 Витушинская В.В., 122
 Витушкина А.Е., 246
 Вовк А.Ю., 196

Г

Газиев М.М., 265
 Галкина А.Ю., 173
 Галкина Е.С., 153
 Гасбанов А.Н., 253
 Гашимова А.Т., 118
 Георгиевская Е.А., 174
 Герасимова С.Ю., 48
 Геращенко Е.А., 133
 Гладких Е.Г., 238
 Гольшева А.В., 49
 Гончаров Н.А., 5
 Горевой Д.К., 197
 Григорян А.Р., 235
 Гришина А.А., 50
 Гришина А.Ю., 163
 Грушников Е.М., 243, 245
 Гусаревич И.А., 29
 Гусева Е.А., 51
 Густилина Е.О., 148

Д

Даниелян Э.Г., 162
 Данилова А.А., 24
 Данилова В.А., 25
 Данилова М.А., 52
 Дебердеева З.Р., 175
 Дегтярева А.Н., 246
 Демидова П.С., 258
 Денисова А.А., 138
 Джумаева А.А., 53
 Дзичковская А.С., 198
 Дмитриева С.С., 54
 Дроздов С.Б., 199
 Дубинина Н.В., 17
 Дудина С.В., 35
 Дуцаева Л.И., 84

Е

Евпалова П.Д., 176

Егоров И.А., 216
Егорова К.В., 200
Егорова М.Н., 55
Егоян Э.А., 138
Елизарова Л.Ю., 273
Ерошкин Д.С., 262

Ж

Жудина Ю.А., 80
Жуматий Е.С., 160
Журавлёв М.Е., 251

З

Завьялова Д.С., 130
Зубарева А.Р., 56
Зырянова К.С., 22

И

Иванов М.М., 32
Иванова А.Р., 201
Иванцова И.А., 32
Ивкова М.Н., 220
Ильина К.П., 202
Ильичев А.Д., 271
Исаева Ю.В., 145

К

Кабанова А.В., 135
Калачев Н.М., 252
Калинина А.Е., 158
Калинина В.А., 57
Капленко М.В., 177
Карасев А.Е., 94
Каратаева П.Г., 58
Карташова Л.А., 203
Кашина К.В., 178
Кашьяп Н., 112
Кикеева Д.А., 230
Ким Д.Э., 96
Кирилина Н.Ю., 179
Кирсанова М.А., 59
Кириянова А.И., 179
Кица А.А., 105, 110
Князева Т.А., 85
Кобрина А.О., 204
Коваленко Д.И., 9

Ковтун М.А., 3
Козадаева А.А., 244
Козлова Д.В., 180
Кондаусова Д.Д., 148
Кондратьев П.Д., 263
Кононова А.Д., 161
Конопля О.В., 86
Коренкова Т.С., 116
Королькова А.В., 32
Косенкова М.Д., 134
Криворотова Д.А., 60
Кристиогло В.М., 120
Кротов Ю.В., 251
Крылова Д.В., 159
Крючкова Д.А., 181
Ксенофонтова К.М., 231
Ксенофонтова М.М., 242
Ксенофонтова С.Б., 182
Кудьярова П.В., 20
Кузнецова А.В., 124
Кузьмина Л.Л., 81
Кунах М.Ю., 205
Курочкин К.А., 97

Л

Лазарян А.К., 168
Лапенков Д.Е., 228
Лапина Л.О., 95
Лашманова А.В., 61
Лебедева Д.Д., 206
Левковский Э.М., 267
Лисина М.В., 183
Лисовина В.В., 257
Лобачев В.О., 126
Луговая М.В., 117
Ляпина Н.И., 18

М

Мазуров К.Д., 62
Маковеева А.В., 3
Максимова Л.А., 226
Мардоян Г.А., 63
Мартынова В.В., 33
Матвеева Е.А., 88
Мезенцева Н.Е., 247
Мельников Н.А., 123
Меринова Д.С., 149
Мехтиева Д.М., 266

Михайлов Н.В., 103
 Михайлова М.Е., 249
 Моисеева Ю.Г., 15
 Мороз В.А., 64
 Мурашова Я.А., 241
 Мусаева Д.А., 98
 Мусёна Г.И., 19

Н

Навроцкая А.М., 88
 Наджибулла Ф., 102
 Недосугова В.А., 137
 Нетребко М.Д., 65
 Нефедова О.С., 36
 Нигматуллина А.Б., 66
 Николаев А.Е., 136
 Новикова А.А., 207
 Носкова Е.Д., 151
 Носкова Ю.В., 208

О

Одекова А.Б., 119
 Осипова А.А., 67
 Осипова М.Л., 132
 Оталиева К.Р., 68

П

Павлова Е.А., 109
 Пальвинская О.А., 10
 Панаютиди Ф.Н., 139
 Панина Е.А., 141
 Панферов В.Ю., 232
 Петров Е.А., 27
 Петровская Е.Д., 115
 Петросян Г.М., 125
 Пещерская Ю.Л., 127
 Пивцаева А.А., 157
 Писарев В.А., 107
 Платонова И.Д., 184
 Плохоцкая П.В., 134
 Повтарь О.С., 90
 Полунина В.С., 6
 Полякова А.А., 16
 Попов Е.Г., 37
 Постникова З.В., 254
 Пошехонов И.А., 225
 Продченко И.В., 3

Пузанков В.К., 209
 Пузанов М.А., 30, 252
 Пшеничникова А.О., 28
 Пьянова В.А., 28

Р

Раковец В.В., 135
 Рахманова С.К., 99
 Редькина Д.А., 31, 69
 Рожковская Э.Д., 154
 Рубашнева Ю.В., 70
 Руднева О.Р., 185
 Рукотов М.А., 269
 Рыжкова К.В., 121
 Рябова В.А., 156
 Рязанцева М.Д., 227

С

Савина Н.С., 26
 Салтыкова М.А., 186
 Санкавец А.Н., 155
 Седаев С.А., 150
 Сейдеева А.К., 38
 Сергеев А.М., 71
 Сергеева Н.Ю., 255
 Серков И.В., 261
 Сивидова В.А., 72
 Силин А.В., 152
 Синтюрева О.Е., 91
 Смирнова Л.Г., 131
 Согрина М.В., 92
 Солиева З.С., 73
 Сон К.А., 142
 Сосницкая Т.С., 223
 Сошина Д.С., 236
 Степанова А.Т., 108
 Степанова А.Ю., 210
 Степанова О.И., 224
 Стефаненко Е.А., 211
 Стефанова А.А., 12
 Стратонов Н.Б., 11
 Студеникина Д.Г., 250
 Сысолятина В.С., 74
 Сычева Е.Г., 166

Т

Таубер С.П., 187

Тележкина Е.С., 75
Тен К.О., 106
Тимченко А.В., 32
Титаренко И.А., 100
Титаренко К.А., 101
Тихомиров Е.А., 233
Топильская А.Ю., 31, 76
Торгашова М.А., 146
Туганова П.А., 167

Ф

Федорова А.В., 77
Федорова Д.В., 188
Федорук С.Ю., 128
Фоменко А.Д., 189
Фрейдкин И.Л., 190
Фролов В.В., 212
Фролова Д.М., 213

Х

Хохлова Д.Ю., 222

Ц

Цуканова А.А., 143

Ч

Чаава Д.М., 137
Чегемлиев М.Х-Д., 93

Чернаков В.Ю., 114
Чиркина Л.С., 270
Чиркина О.С., 219
Чистякова О.А., 191
Чистякова Э.С., 237
Чудакова В.А., 6

Ш

Шадрина Г.А., 192
Шафарук А.В., 268
Шашура Е.В., 32
Швец Е.В., 272
Шевелёва А.Д., 78
Широковская О.М., 214
Шитлович А.Н., 39
Шищенко В.С., 79
Шкурко Ю.С., 256
Шорохова В.В., 23
Шуяков Д.А., 215

Щ

Щавелев А.В., 274

Я

Яковлева А.Ю., 13
Яралова Д.А., 34
Ястребова Д.О., 127