

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Национальный научно-образовательный инновационно-технологический консорциум вузов сервиса

Департамент образования и науки администрации Приморского края

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования

«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
(ВГУЭС)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

15-28 апреля 2011 года

КНИГА 2: СТУДЕНТЫ И ШКОЛЬНИКИ

Владивосток
2011

ББК 74.584(255)я431
УДК 378.4
И 73

И 73 ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР: Материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 15-28 апреля 2011 г. Кн. 3. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. – 352 с.

ISBN 978-5-9736-0130-0

Сборник содержит материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие дальневосточного региона России и стран АТР».

Во вторую книгу включены работы студентов института информатики, инноваций и бизнес-систем (ИИИБС); института международного бизнеса и экономики (ИМБЭ); института сервиса, моды и дизайна (ИСМД); института права и управления (ИПУ); института иностранных языков (ИИЯ) Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, а также вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья. Тематика представленных работ отражает широкий спектр исследований, характеризующих современное состояние научно-образовательного процесса в различных областях знаний.

ББК 74.584(255)я431

ISBN 978-5-9736-0130-0

© Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 2011

ИНСТИТУТ ИНФОРМАТИКИ, ИННОВАЦИЙ И БИЗНЕС-СИСТЕМ

- 8** **Д.В. Агеев** Методы снижения вредного воздействия автомобильного транспорта на окружающую среду
- 10** **А.В. Безымянных** Разработка web-представительства для компании ОАО «Ель»
- 13** **Р.И. Белогуб** Основы теплового расчета камер испарения гигроскопических опреснителей
- 15** **А.С. Богатырев** Разработка интерфейса для программы «распределение товара по филиалам» в системе «1С:Предприятие 8.2»
- 17** **Е.Г. Болдескул** Сравнительный анализ сред имитационного моделирования для описания экономических процессов
- 19** **В.О. Брагинец** Разработка алгоритма работы программы временной передачи доступа к учётным записям в интернет
- 22** **А.Ю. Бурцев** Анализ качества при разработке программного продукта
- 26** **Е.А. Варлыга** Оценка выбросов загрязняющих веществ в г. Артём
- 30** **Г.Г. Герман** Разработка программных средств для автоматической выгрузки прайс-листа в «1С:Предприятие 8.2»
- 31** **Б.С. Головченко** Модуль виртуальные выставки сайта библиотеки ВГУЭС
- 34** **Н.В. Жданова** Разработка функциональности анализа данных о стабильности продаж в системе 1С
- 35** **Н.А. Журавлёв** Имитационное моделирование технологических процессов в промышленном птицеводстве
- 37** **Н.С. Каминский, П.Д. Тарлев** Теоретическое обоснование изменения конструкции двухтактного двигателя, с целью увеличения мощности
- 40** **Б.А. Кан** Информационно-программное обеспечение для исследования каскадных цифровых систем управления
- 44** **Р.А. Кислый** Контрольно-измерительный комплекс на базе спектроанализатора IFR-2399a для автоматизированного рабочего места оператора электромагнитной обстановки
- 47** **Р.В. Ковбас** Автоматизированное рабочее место руководителя молодежного центра на примере ГОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
- 48** **А.Н. Королев** Разработка электронного учебника «Криптографическая защита информации, для системы отчетность через интернет»
- 50** **Е.С. Макаров** Межосевые дифференциалы и блокировки мостов
- 53** **А.Н. Малий** Автомобильные масла: мифы и реальность
- 55** **А.А. Маренец** Электронные системы управления фазами газораспределения двигателей внутреннего сгорания
- 59** **Д.М. Марохонько** Создание автоматизированной системы планирования работы абонентского отдела компании, предоставляющей услуги связи
- 61** **А.О. Мочалов** Разработка интернет-портала компьютерного магазина «Dbs», г. Дальнегорск

- 64** **Д.А. Николаев** Оценка рисков строительства контейнерного терминала (на примере компании ООО «Тис-поджистик»)
- 66** **С.В. Осинкин** Разработка информационно-программного обеспечения для исследования цифровых комбинированных систем управления
- 70** **Д.С. Пак** Информационно-программное обеспечение для исследования одноконтурных цифровых систем управления
- 73** **О.В. Панченко** Разработка web-портала «Социальная научная сеть»
- 76** **Д.Е. Перкунов** Разработка автоматизированной системы слежения за успеваемостью учеников в средней школе
- 78** **С.В. Разуков** Dns-сервер распределенной сети с функцией балансировки информационных потоков
- 80** **Д.Д. Соломко** Разработка отчетов для расчета себестоимости и оборачиваемости товара в системе «1С:Предприятие 8.2»
- 82** **А.В.Тысячный** Разработка отчета «продажи и остатки по периодам» в системе «1С:Предприятие 8.2»
- 83** **Н.П. Цыбай** Применение элементов спортивного вождения для обеспечения безопасности дорожного движения
- 87** **А.А.Чернышев** Разработка программных средств для переоценки товара у комиссионера в системе «1С:Предприятие 8.2»
- 88** **А.В. Шуленина** Разработка системы отчетов для ABC-анализа контрагентов в программе 1С:Бухгалтерия 8

ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА И ЭКОНОМИКИ

- 89** **А.А. Аверина** Проблемы и перспективы развития дорожного хозяйства России
- 92** **Г.Н. Аржавитина** It-портрет предприятия малого и среднего бизнеса г. Владивостока
- 96** **В.А. Васильева** Современные подходы к взаимосвязи нормирования и оплаты труда на предприятии
- 98** **А.М. Воротилкина** Влияние экономического кризиса 2008-2010 годов на развитие социальной сферы
- 101** **А. В. Выборнов** Influence of advertising: how it forms public opinion
- 101** **О.С. Дмитриенко, А.В. Пляскина** Оценка конкурентоспособности потребительских кредитов региональных банков города Владивостока
- 105** **А.В. Зайцев, И.В.Трофимов** Российские еврооблигации
- 107** **Н.В. Зубкова** Оценка позиций предприятия на рынке г. Владивостока на примере ООО «Спасское молоко»
- 110** **В.А. Кан, Е.А. Фашанов** Оптимизация работы торгового склада
- 114** **Е.О. Корецкая** Новые технологии в производстве оконных конструкций
- 117** **А.А. Кузнецова** Перспективы трансграничного сотрудничества в Северо-Восточной Азии
- 120** **М.А. Кунник** Проблемы и перспективы развития России в АТР в контексте инновационной стратегии модернизации экономики
- 121** **К.А. Максимов** Коммерциализация инновационных разработок
- 123** **Я.В. Мищенко** Мясная промышленность Приморского края
- 125** **А.А. Никитина** Азбука кредитов населения

- 129** А.В. Ряшина Информационные технологии в таможенной деятельности
- 133** В.Н. Супруненко Проблема рынка жилой недвижимости на примере города Владивосток
- 135** Чэн Сянфэй Природа России и Китая
- 136** Ван Хао Способы повышения уровня изучения русского языка
- 137** С.А. Хлоповской Исследование влияния изменений схем мерчендайзинга
- 140** Д.Д. Чалова Ключевые факторы успеха крупных компаний на примере конгломерата Lotte
- 143** В.В. Чернышева Управление банковскими пассивами

ИНСТИТУТ СЕРВИСА, МОДЫ И ДИЗАЙНА

- 145** М.А. Аскарлов Опыт развития выездного религиозного туризма в России (на примере ислама)
- 149** А.Р. Бакаева Доходные дома Владивостока
- 151** М.А. Бакулина Анализ системы отбора персонала и факторов её определяющих
- 155** Д.О. Барташева, К.О. Шевчук Инновационные технологии в меховом производстве
- 157** В.А. Заварзина, Е.А.Соловьева Анализ туристического маршрута с позиции формирования имиджа города
- 158** А.В. Волгина Сравнение имиджа жителей Санкт-Петербурга и Владивостока
- 162** С.Д. Гаевая, П.А. Вяхирева Модерн Владивостока. Характерная деталь стиля
- 165** Я.Г. Гомилевская Событийный туризм: новый взгляд и предпосылки развития
- 169** Д.В. Гриньков, А.А. Данько Влияние массовой культуры на формирование личности подростка
- 171** И. Дисяк, О. Лисовеченко, К. Яковлева Экология детской площадки
- 173** М.В. Дьяконова Физкультура и спорт как ключ к социализации личности
- 174** Н.В. Егупова Позиционирование ночного клуба «Dance house» на рынке услуг города Владивостока
- 177** К.В. Гусенкова, Ю.С. Хомякова Мода на меховые изделия: новое в дизайне меховой одежды
- 179** М.А. Какошникова Инновации в символике байкерской субкультуры
- 182** А.С. Кирина Исследование компонентов технологий управления персоналом
- 185** А.Э. Коновалова Традиционная обрядность в современном обществе
- 186** Т.Н. Коробова Особенности корпоративной культуры финансовой компании
- 188** Н.А. Короткова Культурно-исторические аспекты женского образа в актерском творчестве
- 193** К.С. Красовская Модели гостиничного образования в мире: анализ школ отельного бизнеса
- 196** Е.Е. Кукина Студенты об имидже города
- 197** А.Ю. Куклин Система универсальных графических элементов в дизайне упаковки (на примере предприятия УМЖК «Приморская соя»)
- 200** О.В. Листопадова Оценка восприятия услуг дополнительного образования с учетом концепции творческого развития личности
- 204** М.А. Лукинец Разработка средств формообразования авторской коллекции «Fractals»

- 207** Ю.П. **Мастренко** Имидж радиоведущего г. Владивостока на примере радиостанции «Европа плюс»
- 209** Т.С. **Мякушина** Мониторинг имиджевых услуг г. Владивостока
- 211** Г.А. **Никифорова** Экскурсионные услуги в Приморском крае: проблемы и перспективы организации
- 214** А.И. **Никулина** Решение спортивных проблем во ВГУЭС
- 217** М.А. **Омбыш**, В.Е. **Бурцев** Имидж музыкальных групп Владивостока
- 219** Т.О. **Павлова** Славянские праздничные традиции
- 220** Е.Е. **Прокофьева** Использование современных компьютерных технологий в проектировании меховых изделий
- 223** Д.И. **Раменская** Аграрная политика в создании имиджа государства
- 225** А.Г. **Садаев** Информационное обеспечение маркетинга туристских территории в России
- 227** А.А. **Фёдоров** Женщины и восточные единоборства
- 229** М. **Филиппова** Подбор оборудования при проведении спортивных мероприятий по плаванию
- 232** А.С. **Хапова** и А.И. **Горшкова** Чудесная диета или как стать стройной
- 234** А.В. **Чернавцева** Направления международного сотрудничества в сфере туристского образования
- 236** А.И. **Черненко** Продвижение имиджа ВГУЭС посредством СМИ
- 239** Чжын Бог Ен Анализ современного состояния развития туристской инфраструктуры Республики Корея
- 242** К.В. **Шадрина** Культурно-историческая типология образа учителя
- 246** Р.Г. **Шилинцева** Адаптивная физическая культура: содержание и социальная значимость
- 248** В. В. **Белоус** Современная литература: путь к современному читателю

ИНСТИТУТ ПРАВА И УПРАВЛЕНИЯ

- 251** Д.В. **Буркутова**, Е.В. **Полусмак** Проблемы правового регулирования управления недвижимым имуществом, закрепленным за несовершеннолетними лицами, находящимися под опекой органом опеки и попечительства
- 253** Е.О. **Волох** Взаимосвязь между уровнем социальной фрустрированности и занимаемой должностью у менеджеров среднего звена
- 256** А.С. **Гайдук** Мировые тренды слияний и поглощений в период глобального кризиса
- 258** А.В. **Гарбузов** Лесное хозяйство России: проблемы и перспективы развития
- 262** Е.В. **Дикун** Социальная ответственность высших учебных заведений в городе Владивостоке
- 264** Я.И. **Дращёва** Нелегальная миграция в Приморском крае: последствия для социальной сферы региона
- 267** Ю.Н. **Дядык** Оценка кадрового потенциала населения Приморского края как фактора повышения инвестиционной привлекательности региона
- 271** С.М. **Засорин** Профессиональная идентичность студентов–дизайнеров: мотивационный аспект
- 276** М.О. **Какаулина** Налоговая нагрузка как фактор экономического развития дальневосточных регионов
- 279** Т.Б. **Кривоносова** Ценностные ориентации мужчин, представителей субкультуры байкеров
- 285** Ю.В. **Матвеева** Торгово-экономическое сотрудничество РФ со странами АСЕАН

- 289** А.А. Николенко Проблемы трудоустройства выпускников гуманитарных специальностей: региональные аспекты
- 292** А.А. Николенко Феномен русской власти в исследованиях современных русских ученых
- 296** А.А. Олейник Диагностика вербальных и невербальных признаков эмоциональной напряжённости, связанной с ложью подследственных
- 299** П.Н. Петров, Н.А. Петрова Деловая игра «Бои лидеров» как метод оценки и развития коммуникативных и организаторских навыков у студентов вузов
- 303** И.Р. Сафин Социально-экономические основы, создающие условия для зарождения неонацизма
- 306** К.А. Сотников Социально-психологические характеристики общения в интернете
- 309** А.В. Судоргина Стратегии поведения в конфликте сотрудников государственных и негосударственных учреждений
- 312** А.Р. Ульянова Корпоративная социальная ответственность бизнеса в РФ
- 316** А.М. Филюков Вторичная занятость студентов очной формы обучения
- 319** А.М. Хамадуллин, С.А. Фирсов Проблемы социально-экономического развития муниципальных образований приморского края, приравненных к районам крайнего севера
- 322** A.S. Gayduk, D.A. Karyukhina Currency wars

ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

- 325** А. О. Алимова Preservation of cultural heritage
- 327** А.В. Быкова Лимерик как традиционная форма литературы абсурда в Великобритании
- 330** Е.А Вольнчук Эволюция американских СМИ: от «желтой прессы» до «twitter»
- 333** Е.А. Volynchuk Evolution of the American mass media from «yellow press» to «twitter»
- 335** А.В. Выборнов Influence of advertising: how it forms public opinion
- 336** Го Сяосюй Концепт «смерть» в русской и китайской языковых картинах мира
- 338** А.А. Корниенко Влияние западной цивилизации на массовую культуру современного Китая
- 340** В.А. Крамаревский Time zones in Russia: history, problems and possible decisions
- 341** О.С. Куделинская Problems and prospects for ecotourism in Primorye
- 342** Лю Юе Двусторонние номинации в русском и китайском языках
- 344** Се Вэнькай Этнокультурные особенности цветообозначений в русском и китайском языках (психолингвистический аспект)
- 345** Сюй Банчжэнь Неофициальные топонимы в аспекте соотношения языка и культуры
- 347** А.А. Боков Россия и АТР: история отношений и современное сотрудничество
- 349** Н. Медведева «Они сражались за Родину»

ИНСТИТУТ ИНФОРМАТИКИ, ИННОВАЦИЙ И БИЗНЕС-СИСТЕМ

МЕТОДЫ СНИЖЕНИЯ ВРЕДНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

Д.В. Агеев, студент
Научный руководитель А.А. Яценко,
доцент кафедры сервиса и технической эксплуатации автомобилей

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Несмотря на свой достаточно молодой возраст, автомобильный транспорт оказывал, оказывает и в ближайшем будущем будет оказывать влияние на всю нашу жизнь, и далеко не всегда положительное. Одним из печальных аспектов эксплуатации автомобилей является загрязнение ими окружающей среды. Машины загрязняют окружающую среду очень сильно и практически являются одним из основных источников загрязнения. Основным источником вредных веществ и выбросов является ДВС. Рассмотрим методы и средства уменьшения негативного воздействия автомобильного транспорта на окружающую среду.

Ужесточение экологического законодательства

Для того что бы повысить привлекательность использования автомобилей с низкими выбросами или вовсе без них необходимо пересмотреть законодательство.

Несколько мер которые должно ввести государство:

1. Увеличение сборов с транспорта не соответствующим стандартам.
2. Снижение сборов, предоставление льгот и субсидирование приобретения гибридных, водородных и электромобилей.
3. Введение охранных зон в городах (центр города, рекреационные зоны)

Самый распространённый и применяемый в ЕС стандарт сертификации автомобилей является стандарт «евро» 6 уровней на данный момент.

Евро 1: введен в 1992.

Евро 2: Введен вместо евро 1 в 1995.

Евро 3: Введен вместо евро 2 в 1998.

Евро 4: Введен вместо евро 3.

Евро 5: Действует с 2009 года.

Евро 6: Планируется введение в 2015.

Ни для кого не секрет что производители автомобилей давно разрабатывают и внедряют экологичные технологии. Это происходит как с их внутренней инициативы, так и извне, с ужесточением требований к выбросам. Наиболее активно развивающийся вид автомобилей с улучшенными экологическими показателями это гибридные автомобили. Для большинства из нас гибридный автомобиль это что невероятно сложное, некий симбиоз привычного нам бензинового двигателя и электрической части. Но гибридные автомобили не обязательно должны иметь бензиновый двигатель, вместо него может применяться и дизель и более экологичные двигатели на водороде и газе или же совсем безопасные с точки зрения экологии ЭХГ на водороде. Наиболее выгодна эксплуатация гибридных автомобилей в городах. заряд батареи в таких автомобилях, позволяет проезжать до 50-60 км только на батарее, что в условия города при поездках на работу и обратно очень актуально. Самыми экологичными автомобилями на сегодняшний день можно считать электромобили и автомобили на водороде, так как первые совсем ничего не выделяют. Ну а второе выделяют только воду. В целях повышения привлекательности покупателей в российских условиях, необходимы следующие меры:

1. Снижение пошлин на ввозимые экологичные автомобили зарубежного производства, что позволит снизить их цену.
2. Компенсация части стоимости покупки со стороны государства.

3. Разработка собственных экологических автомобилей по приемлемой цене.
4. Развитие инфраструктуры для обслуживания и эксплуатации как заряжаемых гибридов и электромобилей, так и водородного транспорта.
5. Строительство зарядных станций, станций заправки водородом, сервисных центров.

Современные российские реалии таковы что за те деньги что можно потратить на покупку гибридного автомобиля, можно приобрести гораздо более престижную машину что для большинства играет решающую роль. Помимо этого в России представлен ограниченный ряд гибридных автомобилей. Что же электромобилей и водородного транспорта, то эта категория автотранспорта совсем не представлена на рынке. Так как нет инфраструктуры для их эксплуатации, в отличие от стран ЕС, США и Японии, где такие автомобили пользуются довольно активным спросом.

Снизить вредное воздействие автомобилей можно снизить так же за счет перевода грузовых автомобилей, работающих в черте города и автобусов на альтернативное топливо, что позволит снизить загрязненность в больших городах, а так же за счет изменения алгоритмов работы управляющих систем автомобиля в целях достижения еще большей экономии топлива. К примеру когда при нажатии одной из педалей, автомобиль будет сам эффективно тормозиться, либо ускоряться.

Помимо всех прочих мер необходимо ввести рейтинг, который бы позволял сравнивать различные экомобили между собой. Такой рейтинг существует в США. Он включает в себя пробег на одном литре по шоссе и городу, средние расходы на топливо в год, выбросы CO и 2 субъективных оценки: влияние на окружающую среду и эффективность потребления топлива. Помимо применения инновационных технологий при производстве новых, необходимо задуматься о переоборудовании старых автомобилей. Автомобили соответствующие стандарту евро 2 достаточно легко перестраиваются под стандарт евро 3. На старых автомобилях возможны следующие пути снижения их влияния на экологию:

1. Замена отслуживших катализаторов новыми.
2. Применение более эффективных катализаторов.
3. Государственное субсидирование при утилизации автомобиля, что вкупе с пониженными пошлинами и компенсацией части затрат на покупку экологичного автомобиля, позволить повысить привлекательность данного транспорта.
4. Доработка программ управления для использования системы «старт-стоп».

Так же на количество расходуемого топлива влияют погодные условия. В зимних условиях снижается пробег на батарее у гибридных и электромобилей автомобилей, и как общая проблема: прогрев салона, что в гибридных и водородных автомобилях возможно решить при помощи либо двс, либо ЭХГ, либо, что самое экологичное, применение независимых нагревателей, которые расходуют около 70 граммов бензина в час. Так же одним из достоинств, которым обладают экомобили, является рекуперация энергии, что позволяет в условиях города существенно снизить расход топлива, а следовательно и выбросы вредных веществ. Но так как на гибридах и электромобилях установлены тяговые батареи, которые быстро разряжаются при частых резких ускорениях, нужно оснастить такие автомобили конденсаторами, которые бы позволяли ускоряться, практически не расходуя заряд батареи. Так же мерой снижения вредного воздействия на экологию может служить перевод автомобилей на газовое топливо и усложнение конструкций двигателя, например применение электромагнитного привода клапанов, регулировка смеси в каждом из цилиндров в отдельности, но все эти меры неизбежно ведут к существенному удорожанию производства автомобиля. Сегодняшние тенденции таковы что доля экологических автомобилей составляет около 3 процентов от продаж всех автомобилей и продолжает нарастать. Наибольшее число экологичных машин продается в Японии, благодаря поддержке правительства: развитая инфраструктура, налоговые льготы, предоставление парковочных мест в городах. Если российское руководство сегодня задумается о экологии и начнет внедрять предложенные мной меры, то доля экологических машин в РФ возрастет возможно до уровня Японии, а то и выше.

РАЗРАБОТКА WEB-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ДЛЯ КОМПАНИИ ОАО «ЕЛЬ»

А.В. Безымянных, студент

Научный руководитель **Е.В. Моисеенко**, доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики
Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является разработка WEB-представительства для компании ОАО «Ель» в городе Находка.

ОАО «Ель» расположена в городе Находка. ОАО «Ель» занимается производством и реализацией столярных изделий.

Компания осуществляет следующие виды деятельности: производство пиломатериалов, различных столярных изделий; переработка древесных отходов.

Ассортимент продукции, которую производит компания, очень широк: пиломатериал различных видов; деревянные окна, двери; лестницы различных видов; мебель различных стилей и направлений; изготовление различных строений по заказу клиента; Сырьем для основной хозяйственной деятельности является лес круглый. Лес заготавливается собственными силами на арендованных лесоучастках. В п.Сергеевка у предприятия имеется собственная пилорама, где осуществляется переработка исходного материала (древесины).

ОАО «Ель» имеет линейно-функциональную структуру управления, сочетающую как преимущества, так и недостатки. Организационная структура предприятия представлена на рисунке 1.

Клиентами компании являются как физические лица, так и юридические.

Работа с клиентом и грамотная организация продаж является основной задачей предприятия ОАО «Ель». Такую работу как раз и выполняет менеджер по продажам.

На менеджера по продажам возложена ответственность за поддержание имиджа предприятия. Однако из-за большого объема работы менеджер не всегда может много времени уделить каждому клиенту, клиентам приходится ждать в очередях, что безусловно негативно сказывается на имидже компании. Необходимо решить эту задачу таким образом, чтобы каждый клиент в полном объеме мог получить интересующую его информацию в удобное время, при этом, не выстаивая в очередях. В частности для решения этих задач необходимо создать WEB-представительство компании ОАО «Ель».

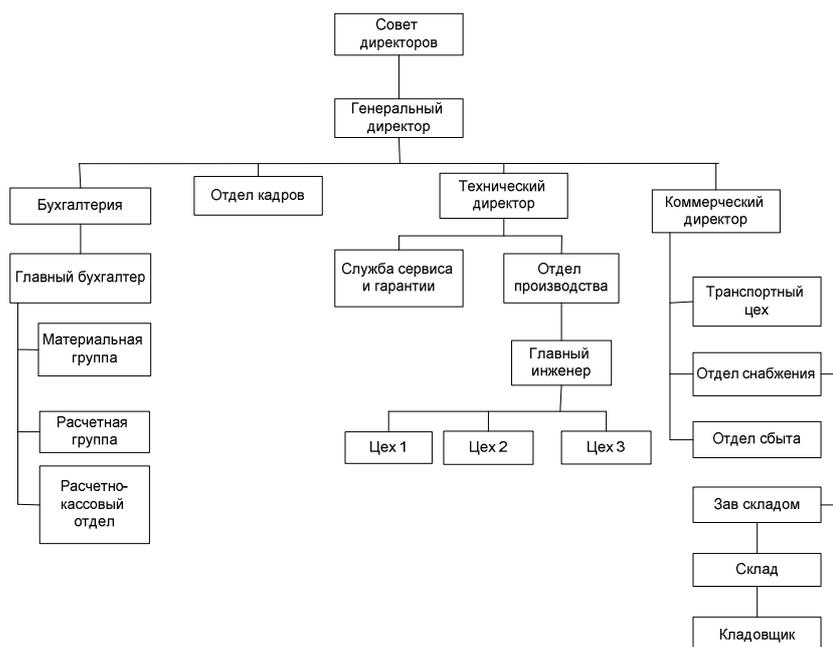


Рис. 1. Организационная структура ОАО «Ель»

Основная цель создания WEB-представительства для компании ОАО «Ель» это расширение бизнеса за счет организации продаж с помощью всемирной паутины. Также к основным целям создания WEB-представительства можно отнести:

- создание рекламно-информационного канала;
- облегчение коммуникации с действующими и потенциальными клиентами;
- формирование положительного имиджа компании ОАО «Ель» как предприятия, использующего современные информационные технологии;
- использование Интернета для сбыта продукции.

WEB-представительство поможет компании укрепить позиции на традиционных рынках, а также выйти на новые.

Таким образом, к основным задачам можно отнести:

- создание интерактивного корпоративного сайта, предоставляющего клиенту всю необходимую информацию о компании и ее продукции, товарах и услугах;
- обеспечение возможности оформления клиентом on-line-заказа;
- использование уже существующей системы доставки товаров в полной мере;
- продвижение продукции, товаров средствами сетевой рекламы.

При этом делается упор на существующую, уже налаженную систему поставщиков. Интернет-составляющая бизнеса участвует в формировании выручки всего предприятия, обеспечивая увеличение общего объема сбыта.

WEB-представительство компании должно реализовывать модели B2C и B2B. Так как клиентами являются как физические лица, так и другие предприятия.

Создание и внедрения WEB-представительства для компании ОАО «Ель», направлено на создание конкурентных преимуществ компании на основе:

- формирования правильного имиджа компании и повышения ее престижа: наличие WEB-сайта компании становится признаком стабильной профессиональной работы;
- формирования новых каналов сбыта;
- возможности привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов, используя инструменты информационной поддержки клиентов компании и общения с клиентом;
- более полного удовлетворения нужд и клиентов;
- поддержки дилерской сети;
- возможности поддержки партнеров;
- совершенствования стратегии компании, на основе анализа полученных статистических данных.

В процессе разработки WEB-представительства ОАО «Ель» необходимо проанализировать WEB-представительства компаний, работающих в этой же отрасли. Для анализа были выбраны сайты компаний ОАО «Большевик» (www.oao-bolshevik.ru), Романовское деревообрабатывающее предприятие (www.romdp.ru), ООО «Светла» (www.svetla.ru) и деревообрабатывающее предприятие «Эталон» (www.etalon-dv.ru).

Для оценки сайтов выбраны следующие критерии:

- оценка контента (содержания);
- оценка эргономичности использования;
- оценка технической реализации;
- оптимизация;
- оценка внешнего вида.

Сравнительная характеристика WEB-представительств компаний, работающих в этой же отрасли что и ОАО «Ель» представлена в таблице 1.

Сравнительная характеристика WEB- представительств компаний, работающих в деревообрабатывающей отрасли.

Критерий оценки	Оценка показателя по 10-балльной шкале				
	Вес показателя	ОАО «Большевик»	Романовское деревообрабатывающее предприятие	ООО «Светла»	«Эталон»
Контент	0,2	8	8	9	10
Эргономичность использования	0,3	4	3	7	8
Техническая реализация	0,1	4	6	7	9
Оптимизация	0,2	7	8	8	8
Дизайн	0,2	3	2	8	10
Общая оценка	1	5,2	5,1	7,8	8,9

Из табл. 1 следует, что сайт компании ООО «Эталон» обладает свойствами, наиболее привлекательными для потенциальных клиентов. О привлекательности сайта для посетителей свидетельствует такой показатель как посещаемость. В соответствии с Alexa Rankings самым посещаемым из рассматриваемых сайтов является сайт компании ООО «Эталон». Таким образом, при разработке WEB- представительства ОАО «Ель» следует ориентироваться на характеристики сайта компании ООО «Эталон».

В связи с тем, что клиентами компании ОАО «Ель» являются как физические лица, так и юридические лица, в структуре сайта компании ОАО «Ель» необходимо предусмотреть соответствующие разделы, где клиентам будет предоставляться свой каталог продукции и услуг, возможность оформления заказа, формирования корзины, выбора способа доставки. Важным также является раздел для партнером компании. Примерная структура сайта ОАО «Ель» представлена на рисунке 2.

На предприятии автоматизирован складской учет, управление номенклатурой продукции и услуг, включая автоматизацию ценообразования, составление сложных калькуляций, бухгалтерский и налоговый учет, планирование, управление и анализ финансовых результатов деятельности предприятия на платформе «1С:Предприятие 7.7». Так как на сайте предусмотрено создание интернет-магазина, то необходимо создать базу данных товаров. Причем база данных должна быть представлена не как отдельный статичный файл, а как интегрированная база данных «1С:Предприятие».

На российском рынке представлено множество программных продуктов для разработки сайтов и в частности для создания интернет-магазина. Для создания интернет-магазина на базе «1С:Предприятие» предлагается программный продукт «OSG WEB Shop v.2». Поэтому для реализации сайта представляется целесообразным использование «OSG WEB Shop v.2».

«OSG WEB Shop v.2» предназначено для построения интернет-магазина на базе «1С:Предприятие». Данный программный продукт представляет собой приложение клиент-сервер. Серверная часть программного комплекса «OSG WebShop Server» работает под управлением ОС Windows NT/2000 и представляет собой набор компонент – «OSG WebShop Site» и «OSG WebShop Service» обеспечивающих взаимодействие с серверной базой данных (Microsoft SQL Server 7.0/2000), где хранятся все данные о товарах, клиентах и заказах.

Использование данного программного продукта при разработке WEB-представительства для компании ОАО «Ель» позволит формировать каталог товаров интернет-магазина на основе справочника номенклатуры, создавать расширенное описание товаров, прикреплять изображения, представлять различные варианты цен в зависимости от категории покупателя, сформировать гибкую систему скидок на сайте, сформировать список покупателей интернет-магазина и связь со справочником контрагентов, сформировать журнал заказов интернет-магазина с возможностью корректировки и удаления, создавать счета на основании интернет-заказов.

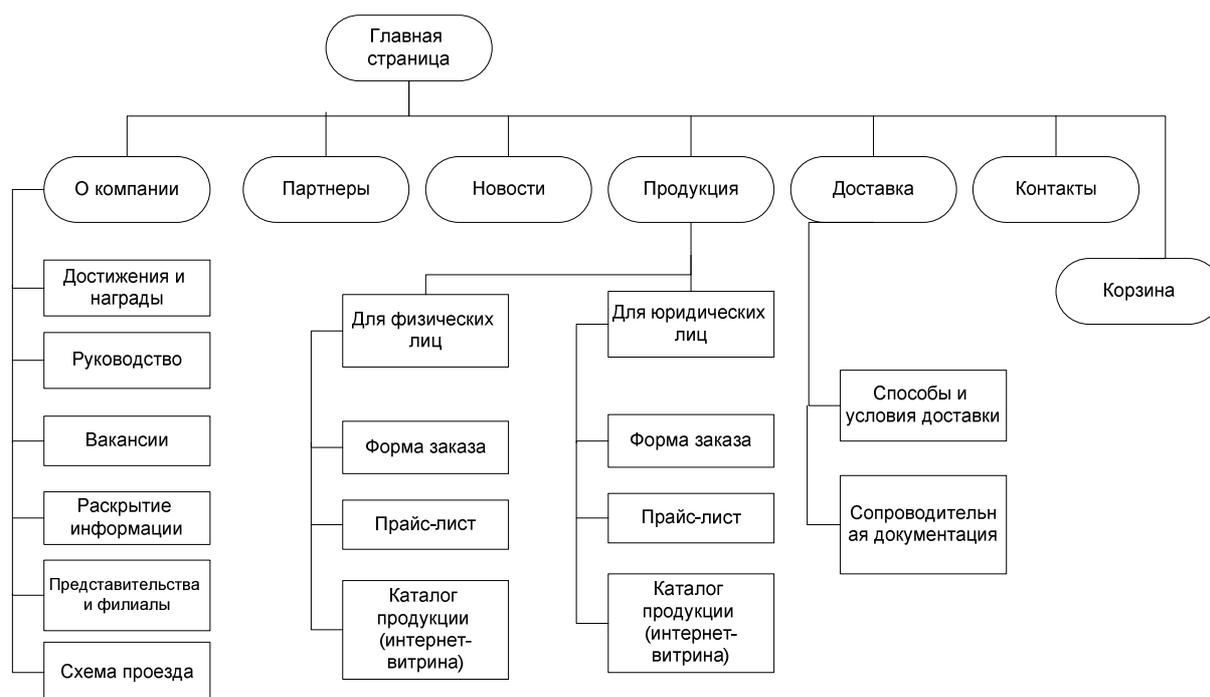


Рис. 2. Структура сайта компании ОАО «Ель»

Создание WEB-предствительства для компании ОО «Ель» позволит увеличить продажи и привлечь дополнительных клиентов, а также более эффективно организовать работу с уже существующими клиентами. Создание WEB-представительства обеспечит формирование положительного имиджа компании, повысит конкурентоспособность фирмы.

ОСНОВЫ ТЕПЛООВОГО РАСЧЕТА КАМЕР ИСПАРЕНИЯ ГИГРОСКОПИЧЕСКИХ ОПРЕСНИТЕЛЕЙ

Р.И. Белогуб, студент

Научный руководитель **Б.Б. Потехин**, канд. техн. наук,
доцент кафедры сервиса и технической эксплуатации автомобилей

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В данной статье представлены уточнения к методике расчета теплообменных аппаратов смесительного типа (газ – жидкость) на основе расчета теплообмена при движении капель жидкости. Показана целесообразность применения для смесительных теплообменных аппаратов противоточного движения теплоносителей.

Интенсивность теплообмена при движении капель в теплообменных аппаратах смесительного типа (газ – жидкость) в настоящее время может быть определена из известных критериальных уравнений, полученных при обработке опытов, в основном, с испаряющимися каплями.

Для диапазона числа Рейнольдса ($Re = 0,7-200$), в котором, как правило, работают аппараты смесительного типа, известно выражение А.П.Сокольского и Ф.А.Тимофеевой [4]

$$Nu = 2 + 0,16Re^{0,67} \quad (1)$$

Движение капли на нестационарном участке с переменной скоростью сопровождается теплообменом с постепенно понижающейся интенсивностью, коэффициент теплоотдачи уменьшается из-за торможения. Предлагается учитывать переменность величины коэффициента теплоотдачи следующим способом.

Используя в дальнейшем уравнение А.П. Сокольского и Ф.А. Тимофеевой (1), представим его в следующем виде

$$\alpha = \alpha_0 + \alpha V_{OTH.}^{0,67}, \quad (2)$$

где α – коэффициент теплоотдачи от воздуха в капле;

$V_{OTH.}$ – скорость движения капли относительно воздуха;

$$\alpha_0 = \frac{2\lambda_{CM}}{d_{K0}} \text{ – коэффициент теплоотдачи к капле при минимальной интенсивности про-}$$

$$\text{цесса } (Nu=2) \alpha = 0,16 \frac{\lambda_{CM}}{v_{CM}^{0,67} d_{K0}^{0,33}}.$$

Величина относительной скорости $V_{OTH.}$, в свою очередь, может быть предоставлена в виде функции $V_{OTH.}(\tau)$.

Однако эта функция является слишком сложной и не представляется в явном виде. В то же время зависимость $V_{OTH.}$ от τ может быть представлена графически, по результатам предварительного расчёта. По графику $V_{OTH.}-\tau$ (принимая $V_{OTH.}=V_y$ с допустимой погрешностью для капли нижней части факела форсунки) подбирается степенная функция вида:

$$V_{OTH.} = b\tau^{-n}, \quad (3)$$

удовлетворительно совпадающая с первоначальной (b – постоянная, n – показатель степени).

В результате движения в рабочей зоне камеры капля последовательно проходит нестационарный и затем стационарный участки движения. Следовательно, необходимо определить количество тепла, воспринятого каплей, на каждом участке отдельно. Затраты тепла на различных участках движения можно определить по выражениям

$$\begin{aligned} q_{нагр.1} &= \frac{\pi\rho_{жс}}{6} d_{ko}^3 c_{жс} (t_k^1 - t_k^h), \\ q_{нагр.2} &= \frac{\pi\rho_{жс}}{6} d_{k1}^3 c_{жс} (t_k^k - t_k^1), \end{aligned} \quad (13)$$

где $q_{нагр.1}$ и $q_{нагр.2}$ – тепло, затраченное на нагревание капли за счет тепла воздуха на нестационарном и стационарном участках движения,

t_k^h, t_k^k – начальная и конечная температуры капли,

t_k^1 – температура капли в конце нестационарного участка движения,

Для стационарного участка движения

$$q_{нест.} = q_{нагр.1} \cdot$$

$$\frac{\pi\rho_{жс}}{6} d_{ko}^3 c_{жс} (t_k^1 - t_k^h) = q_0 \left\{ 1 + P\tau_{нест.}^{-0,67} \left[1 - \frac{1-0,67n}{2-0,67n} \left(\frac{d_{k1}^2}{d_{ko}^2} - 1 \right) \right] + 0,5 \left(1 - \frac{d_{k1}^2}{d_{ko}^2} \right) \right\},$$

и для стационарного участка движения

$$q_{нест.} = q_{нагр.2},$$

$$\frac{\pi \rho_{жс}}{6} d_{ко}^3 c_{жс} (t_k^1 - t_k^h) = \alpha_{стат.} f_{к} \Delta t_{ср.лог.} \tau_{внт.}$$

Известно, что при объёмной концентрации частиц до значения $K = 0.35 \cdot 10^{-3}$ их взаимным влиянием на процесс можно пренебречь. Поэтому этот фактор не учитывается при выводе приведённых выше уравнений (в условиях оросительной камеры $K \leq 0.35 \cdot 10^{-3}$). Среднелогарифмическая разность температур между каплей и потоком газа определяется для каждой зоны аппарата с многорядным расположением форсунок. Считая, что температурные условия в каждой зоне постоянны, получим

$$\Delta t_{ср.лог.} = \frac{\Delta t_{\delta} - \Delta t_{м}}{\ln \frac{\Delta t_{\delta}}{\Delta t_{м}}} \quad (14)$$

Расчетные выражения будут справедливы для любой конструкции камеры и различного количества рабочих зон в ней.

Учитывая интенсивность теплообмена, рекомендуется при проектировании смесительных теплообменных аппаратов использовать противоточную схему движения теплоносителей.

-
1. Вырубов Д.Н. Теплоотдача и испарение капель. Журнал технической физики. Том IX, вып. 21. -1939. С. 1923-1931.
 2. Клячко Л. С., Одельский Э. Х., Хрусталева Б. М. ; ред. Смольский Б. М. Пневматический транспорт сыпучих материалов / – Мн. : Наука и техника, 1983. – 216 с
 3. Frössling N. Verdunstung, Wärmeübertragung und Geschwindigkeitsverteilung // Lunds. Univ. Arsskr. N. F. Avd. 1940. 2. S. 35–40.
 4. Сокольский А. П., Тимофеева Ф. А., «Исследование процессов горения натурального топлива», Госэнергоиздат, 1958. 133 с.
 5. Балістика крапель, які випаровуються при польоті / Кучеренко С.І., Ольшанський В.П., Ольшанський С.В., Тищенко Л.М. Харків: ХНТУСГ, 2007. – 304 с.

РАЗРАБОТКА ИНТЕРФЕЙСА ДЛЯ ПРОГРАММЫ «РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА ПО ФИЛИАЛАМ» В СИСТЕМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2»

А.С. Богатырев, студент

Научный руководитель **С.М. Семенов**, канд. техн. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

С развитием корпораций предприятий торговли и бизнеса появилась необходимость создания универсальной системы автоматизации экономической и организационной деятельности предприятия. Поскольку, такая деятельность может быть довольно разнообразной, система должна иметь возможность «приспосабливаться» к особенностям конкретной области учета на предприятии, в которой она используется.

На сегодняшний день лидером на российском рынке корпоративных информационных систем являются программные продукты фирмы «1С». Более 7000 компаний в 600 городах России и СНГ занимаются внедрением программ серии «1С».

«1С:Предприятия» – это универсальная инструментальная среда для разработки учетных приложений. Это решение вывело фирму 1С в абсолютное лидерство в сфере отечественных продуктов для автоматизации работы предприятий малого и среднего бизнеса.

«1С:Предприятия» предлагает типовые решения позволяющие в комплексе автоматизировать задачи оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций. В конфигурации «Управление торговли» аналогом интерфейса является обработка «Помощник планирования».

Целью данной обработки является помощь в формировании документов планирования по данным подсистемы планирования и смежных подсистем.

Данная обработка может быть вызвана из главного меню или из форм документов «План закупок» и «План продаж» по нажатию кнопки «Заполнить» командной панели табличного поля «Номенклатура». В случае вызова обработки из форм документов внешний вид обработки имеет сокращенный вид.

Для формирования документов необходимо определить конечные планы. Данная информация указывается в табличном поле на странице «Конечные планы». Конечные планы подразделяются по виду (закупки и продажи), сценарию (версии), периоду действия.

При разработке этой версии платформы уделяли большое внимание вопросам удобства работы пользователей. Под этим понимаем такой интерфейс, в котором каждое окно, каждая форма, каждый элемент интерфейса должны быть наилучшим образом предназначены для решения какой-то одной конкретной задачи.

Это нашло отражение в механизмах платформы, которые обеспечивают наглядную навигацию, обеспечивают легко доступные пользователю команды, простые и понятные формы и большое количество сервисных возможностей.

Актуальность создания интерфейса заключается в том чтобы упростить работу пользователя с программой. Новизна работы заключается в создании интерфейса с возможностью планирования поставки товара на склады таким образом, чтобы минимизировать как излишки, так и недостаток товара на удаленных складах.

Основной целью работы является разработка эргономичного интерфейса для программы «Распределение товара по филиалам» в системе «1С:Предприятие 8.2».

Работа конфигурации в режиме управляемого приложения визуально отличается от старого интерфейса 1С Предприятия 8.1. В этом режиме пользователь взаимодействует с управляемым интерфейсом и управляемыми формами.

При создании платформы 1С:Предприятия 8.2 была проведена большая работа по разработке нового интерфейса. Новый интерфейс ориентирован на комфортную эффективную работу, соответствует современным тенденциям и в то же время учитывает сильные стороны прежнего интерфейса.

Цель работы заключается в разработке эргономичного интерфейса для программы «Распределение товара по филиалам» в системе «1С:Предприятие 8.2».

Технический показатель: Использование ПК. Технологический показатель: Применение «1С:Предприятия 8». Экономический показатель: Организационные показатели: не требуют сотрудника по сопровождению ПО.

Решаемые задачи

Анализ предметной области – Изучение существующих аналогов.

Актуальность структуры – На данном этапе мы проводим анализ требования к разрабатываемым отчетам.

Разработка интерфейса – Реализация интерфейса и функциональности программы для обеспечения, простоты и удобства использования на предприятии.

Расчет безопасности жизнедеятельности – С помощью методов охраны труда, оценить влияния на здоровье пользователя и окружающую среду.

Расчет себестоимости проекта – Расчет специализации разработки и затрат на дипломный проект. Результатом является себестоимость дипломного проектирования.

Создания руководства оператора – Создание специального руководства оператора по эксплуатации программы с помощью единой системы программной документации.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СРЕД ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ ОПИСАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Е.Г. Болдескул, студент

Научные руководители: Е.В. Кийкова,

старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Е.Г. Лаврушина, старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В сложившейся экономической ситуации представителям бизнеса, чтобы удержаться на плаву и сохранить конкурентное преимущество, необходимо тщательно отслеживать и контролировать все стадии производства товара или услуги.

Для этого существует множество методов. Имитационное моделирование в числе наиболее эффективных из них. С одной стороны имитационная модель хорошо вписывается в рамки любых подходов к описанию деятельности компании, с другой является мощным самостоятельным инструментом анализа процессов, протекающих в рамках экономической деятельности. Преимущество имитационных моделей состоит в том, что можно легко отслеживать, как поведет себя тот или иной объект при изменении исходных параметров на модели, не затрагивая, при этом, сам объект.

В связи с важностью и необходимостью использовать имитационные модели в экономической среде, встает вопрос: «Какую же среду имитационного моделирования использовать?»

В настоящий момент на рынке представлено множество программных продуктов, удовлетворяющих этим целям. Только специализированных сред имитационного моделирования, описанных и изученных в различных научных работах, насчитывается более 50.

Для выбора анализируемых систем с помощью материалов международной конференции Winter Simulation Conference [1,2], было изучено мнение профессионалов в данной области. В результате анализа количества и общего объема публикаций о средах ИМ за 2008 г. была получена следующая диаграмма:

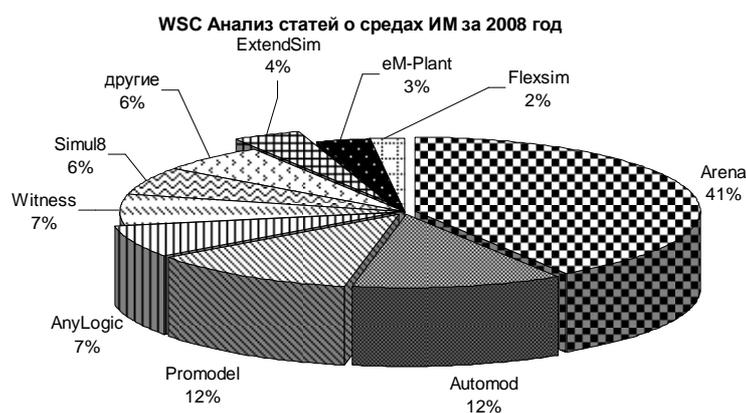


Рис. 1. Анализ популярности сред имитационного моделирования у авторов конференции WSC за 2008 год

Исходя из полученных данных, для дальнейшего анализа были выбраны следующие программные продукты: неоспоримый лидер – пакет Arena производства компании Rochwell Software [3], следующие за ним, по популярности Automod разработчика Applied Materials Inc [4], Promodel – PROMODEL corporation [5], AnyLogic – XJ Technologies [6], а так же менее популярный пакет ExtendSim корпорации Imagine That [7].

Для сравнения были выбраны следующие параметры [8]:

- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1) год выпуска; | 9) парадигмы имитационного моделирования: |
| 2) разработчик; | а) динамические системы; |
| 3) последняя версия; | б) системная динамика; |
| 4) минимальная стоимость пакета; | в) дискретно-событийное моделирование; |
| 5) минимальные системные требования; | г) агентное моделирование; |
| 6) связь с внешними приложениями; | д) комбинированный подход. |
| 7) импорт чертежей; | |
| 8) наличие демоверсии; | |

В ходе сравнения была построена таблица 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика сред имитационного моделирования

Характеристики среды	Arena	ExtendSim	AnyLogic	Automod	Promodel
Год выпуска	1998	1988	1999	1999	1999
Разработчик	Rochwell Software	Imagine That, Inc.	XJ Technologies	Applied Materials Inc.	PROMODEL corporation
Последняя версия	13.5 (03.2010)	8.0.1 (11.2010)	6.5.1 (11.2010)	12.3 (01.2009)	7.5 (7.2008)
Минимальная стоимость пакета	70 234,25р.	140 609,25р.	399 800,00р.	532 035,00р.	2 955,75р.
Минимальные системные требования	WindowsXP/Vista/Server2003;250MB свободного дискового пространства;1GB оперативной памяти;Процессор 2GHz	Windows XP, Vista, 7 or 2000 Mac OS X 10.4; 300 MB свободного дискового пространства; 512 MB оперативной памяти;Процессор Pentium 4	Windows XP/Vista/7 Mac OS X10.4.1 SuSE 10.2 Ubuntu 7.04; 250MB свободного дискового пространства;1GB оперативной памяти; современный процессор	Windows Vista / XP;250MB свободного дискового пространства;1GB оперативной памяти;Процессор 2GHz	Windows XP/Vista/; 2 GB свободного дискового пространства;1 GB оперативной памяти; Процессор 2.3 GHz
Связь с внешними приложениями	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть
Импорт чертежей	Есть	Нет	Есть	Есть	Есть
Наличие демоверсии	Есть	Есть	Есть	Есть	Нет
Парадигмы ИМ:					
Динамические системы	Нет	Нет	Есть	Нет	Нет
Системная динамика	Нет	Нет	Есть	Нет	Нет
Дискретно-событийное моделирование	Есть	Есть	Есть	Есть	Есть
Агентное моделирование	Нет	Есть	Есть	Нет	Нет
Комбинированный подход	Нет	Есть	Есть	Нет	Нет

По результатам данного исследования наиболее популярная среда Arena выигрывает по сравнению с другими лишь по стоимости лицензии.

Отечественная разработка AnyLogic выглядит гораздо более выигрышно с позиции моделирования сложных экономических процессов и систем, так как позволяет строить не только классические дискретно-событийные модели, но так же поддерживает современные парадигмы агентного и динамического имитационного моделирования. Так же данная среда не имеет жесткой привязки к операционной системе и не обязывает к использованию какой-либо определенной платформы ПЭВМ. Стоимость лицензии на данную среду значительна, но стоит учитывать, что в неё включены стоимость лицензионного ключа на 20 машин и поддержка сервисного центра в течение 1 года с момента приобретения.

Так же малопопулярный у авторов Winter Simulation Conference пакет ExtendSim показывает себя с выигрышной стороны и способен составить хорошую альтернативу представленным пакетам.

1. RAYCHAUDHURI S. Introduction to Monte Carlo simulation // Proc. of the Winter Simulation Conf. Miami (USA), 7#10 Dec. 2008. P. 91#100.

2. LAW A. M. How to build valid and credible simulation models // Proc. of the Winter Simulation Conf. Miami (USA), 7-10 Dec. 2008. P. 39#47.

3. Arena, Rockwell Software. / [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.arenasimulation.com/>.

4. Applied Materials Inc. / [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.automod.com/>.

5. PROMODEL Corporation. / [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.promodel.com/>.

6. XJ Technologies. / [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.xjtek.ru/>.

7. Imagine That, Inc. / [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.extendsim.com/>.

8. Журавлев С. С. Краткий обзор методов и средств имитационного моделирования производственных систем // Конструкторско-технологический институт вычислительной техники СО РАН / Новосибирск, Россия, 2010г.

РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА РАБОТЫ ПРОГРАММЫ ВРЕМЕННОЙ ПЕРЕДАЧИ ДОСТУПА К УЧЁТНЫМ ЗАПИСЯМ В ИНТЕРНЕТ

В.О. Брагинец, студент

Научный руководитель **Н.Л. Слугина**,

старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В век высоких технологий у более чем четверти населения Земли есть доступ к сети Интернет. С развитием технологии Web 2.0 стремительно обрели популярность социальные сети, блог-сервисы, файлообменные ресурсы. Теперь уже трудно представить пользователя, который не имеет аккаунтов на различных ресурсах и не оставляет там какую-либо личную информацию. Как правило, пользователь не желает, чтобы его личная информация (электронный адрес, IP адрес, номера банковских счетов и кредитных карточек) попала в руки третьих лиц. Тем не менее, иногда возникают ситуации, когда необходимо предоставить доступ к своей учетной записи постороннему человеку, заслуживающему доверия, однако даже при наличии доверительных отношений необходимо обеспечить достаточный уровень безо-

пасности. При этом следует учитывать, что пользовательские соглашения практически всех сайтов запрещают передачу пароля третьим лицам.

Как же одновременно дать доступ другому лицу, обеспечить безопасность и не нарушить пользовательское соглашение?

На сегодняшний день ситуация в сети Интернет такова, что для того чтобы провести авторизацию на большинстве сайтов необходимы имя пользователя и пароль. Недостаточная защищенность соединения или неограниченный доступ третьих лиц к данным пользователя могут привести к тому, что имя пользователя и пароль будут считаны и использованы против интересов пользователя.

Привязанность программы к учетной записи предотвращает атаку «человек посередине» (англ. *Man in the middle*, MitM-атака – термин в криптографии, обозначающий ситуацию, когда атакующий способен читать и видоизменять по своей воле сообщения, которыми обмениваются корреспонденты, причём ни один из последних не может догадаться о его присутствии в канале). Таким образом, MitM-атака – это метод компрометации канала связи, при котором взломщик, подключившись к каналу между контрагентами, осуществляет активное вмешательство в протокол передачи, удаляя, искажая информацию или навязывая ложную.

Рассмотрим пример такой атаки «человек посередине»: предположим, объект А планирует передать объекту В некую информацию. Объект С обладает знаниями о структуре и свойствах используемого метода передачи данных, а также о факте планируемой передачи собственно информации, которую С планирует перехватить. Для совершения атаки С «представляется» объекту А как В, а объекту В – как А. Объект А, ошибочно полагая, что он направляет информацию В, посылает её объекту С. Объект С, получив информацию, и совершив с ней некоторые действия (например, скопировав или модифицировав в своих целях) пересылает данные собственно получателю – В; объект В, в свою очередь, считает, что информация была получена им напрямую от А.

При анализе информации тематических форумов, посвященным обеспечению безопасности было выявлено средство, позволяющее на текущий день обеспечить достаточную защищенность аккаунта. Этим средством является аппаратный генератор паролей, синхронизированный с удалённым сервером. Эта технология используется, например, игровым сервером Battle.net. Пользователь приобретает Battle.net Authenticator – небольшой брелок либо приложение к мобильным устройствам. После прикрепления к учётной записи Battle.net Authenticator потребуется для осуществления каждого входа на учетную запись или в игру. При попытке осуществления входа потребуется сгенерировать цифровой код с помощью Battle.net Authenticator. На сайте и брелке стоит одинаковый генератор, в который встроен специальный алгоритм шифрования, генерирующий код в зависимости от времени.

Глядя на тот высокий уровень безопасности, который используется для защиты виртуальных предметов, невольно задаешься вопросом, почему такая не менее ценная вещь как реальные банковские счета не защищаются подобным образом? Почему не используются какие-нибудь похожие решения, чтобы добавить дополнительный уровень безопасности при доступе к онлайн-системам управления персональным банковским счетом, например? Или что-то, что могло бы сохранить информацию о кредитной карте или банковском счете для удобного доступа (как у PayPal).

После анализа описанной технологии возникла идея о создании программы, которая позволит проводить авторизацию учетных записей пользователей (с их разрешения), не зная их пароль. Это дает возможность пользователю дать управление своей учетной записью на определенный промежуток времени другому лицу, не предоставляя ему при этом свой настоящий пароль.

На сегодняшний день разработан алгоритм работы программы временной передачи доступа к учётным записям в сети Интернет.

Приведём последовательность работы с учётными записями в Интернет в соответствии с разработанным алгоритмом работы программы временной передачи доступа к учётным записям:

1. Регистрация на сайте
2. Загрузка клиент программы (приложение, которое проводит синхронизацию с сервером).
3. Ввод логина пользователя, которому хотят передать пароль в самой системе.
4. Ввод адреса сайта, к которому предоставляется доступ, учетная запись второго лица и пароль.
5. Поступление данных на сервер.
6. Шифрование информации сервером (в зависимости от времени).
7. Создание и присвоение номера ID операции.
8. Генерирование другой парольной фразы, которая действительна тот промежуток времени который указал пользователь.
9. Запуск и авторизация клиента второго пользователя.
10. Выбор программы (или сайта) в которую нужно ввести пароль.
11. Ввод сгенерированной фразы.
12. Декодирование фразы в настоящий пароль(не показывая пользователю).
13. Вставка пароля в заявленную программу или сайт(без доступа пользователя к паролю).
14. Задание режима работы. Есть 2 режима программы, первый для учетной записи онлайн-приложения, предусматривающий использование программы для сайта, второй для самих сайтов.

Основные данные хранятся на сервере в сети Интернет. Если ввести данные из под другой учетной записи то должна будет выдаваться ошибка.

Сервер необходимо оснастить наилучшей защитой от хакерских атак.

Обязательно необходимо наличие учетной записи на сайте.

Все отношения «клиент-сервер» организуются по технологии I2P, что обеспечивает высочайший уровень безопасности.

Программа может использоваться как в повседневной жизни – для онлайн игр, социальных сетей и т.п., так и в среднем и крупном бизнесе – например, для доступа к файловому хранилищу компании или для удалённого доступа/администрирования ресурсов вычислительных машин.

Следует заметить, что использование программы не нарушает пользовательские соглашения большинства интернет-ресурсов, так как пароль другому лицу не передаётся, передаётся лишь доступ

В дальнейшем планируется спроектировать программу, для обеспечения полной надежности необходимо «защитить» программу в устройство(брелок) наподобие Authenticator. При успешном развитии идеи также необходимо подписание договоров с Интернет-ресурсами, желающими воспользоваться услугами программы.

Далее для реализации задуманного необходимо получить достаточное финансирование для покупки серверного времени, а в перспективе и собственных серверов, оформления и оплаты хостинга сайта, представляющего продукцию, налаживания производства устройств в случае, если будет выбран формат брелка, открытия каналов сбыта программы, организации службы технической поддержки.

После разработки концепции и написания кода программы есть два пути её распространения. Первый – включение в состав уже существующего программного пакета. В этом случае мы обеспечиваем стартовое доверие к продукту, так как продукту будет заявлен под определённой устоявшейся маркой (например, Dr.Web). Однако продукт может пройти мимо многих пользователей, так как они могут приобрести комплект конкурирующей компании (например, Касперский)

Второй путь коммерциализации – распространение в качестве самостоятельного продукта.

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА

А.Ю. Бурцев, студент

Научный руководитель С.Л. Бедрина, канд. экон. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Оценка качества – одна из важных составляющих процесса разработки программного продукта. Оценка качества программного продукта позволяет увеличить отдачу от его использования, тем самым повысить конкурентоспособность продукта на рынках.

На протяжении жизненного цикла программного средства (ПС) оценка качества позволяет определить удовлетворяет ли продукт заявленным требованиям. Оценка качества программного обеспечения должна обязательно входить в систему менеджмента качества организации-разработчика ПС.

Методика оценивания качества программных продуктов содержит четыре базовых понятия – модель качества, метод оценивания, метрики и вспомогательные инструменты. Данные понятия устанавливаются стандартами. Оценивание качества продуктов невозможно, если не известны требования пользователя к качеству (критерии качества) и/или не определен процесс измерения характеристик продуктов, процессов и ресурсов (не выполняются сбор данных для применения внутренних и внешние метрик качества) и/или отсутствует процесс оценки продуктов в ходе ЖЦ.

Основопологающими стандартами при оценке качества ПО является серия стандартов ISO/IEC 9126. Данная серия состоит из четырех стандартов:

- ISO/IEC 9126-1:2001 Software engineering – Product quality – Part 1: Quality model

(Модель качества)

- ISO/IEC TR 9126-2:2003 Software engineering – Product quality – Part 2: External metrics

(Внешние метрики)

- ISO/IEC TR 9126-3:2003 Software engineering – Product quality – Part 3: Internal metrics

(Внутренние метрики)

- ISO/IEC TR 9126-4:2004 Software engineering – Product quality – Part 4: Quality in use metrics

metrics

В первой части данного стандарта предполагается выполнять оценку согласно модели качества, которая классифицируется на 6 характеристик, которые в свою очередь делятся на под-характеристики (рис. 1).



Рис. 1. Модель качества

Каждая характеристика соответствует определенной стадии жизненного цикла программного обеспечения. Это объясняется тем, что программный продукт развивается и набирает свои свойства, по мере прохождения от одной стадии к другой. Соотношение характеристик качества программного продукта и этапов жизненного цикла программного обеспечения представлено в таблице 1.

Таблице 1

Сочетание качества ПП и этапов ЖЦ

Этап жизненного цикла программного обеспечения	Критерии качества
Формирование требований	– функциональность; – удобство
Проектирование	– функциональность; – надежность; – удобство; – эффективность
Реализация	– функциональность; – надежность; – эффективность; – сопровождаемость
Внедрение	– функциональность; – эффективность; – сопровождаемость; – переносимость
Эксплуатация и сопровождение	– удобство; – сопровождаемость; – переносимость

В выше приведенной таблице среди этапов жизненного цикла программного обеспечения отсутствует этап тестирование. Многие специалисты по оценке качества ПП считают, что стадия ЖЦ – тестирование, должна распределяться по всему ЖЦ. То есть по завершению каждой стадии производится оценка качества полученного «полуфабриката»

Вторая и третья части стандарта ISO 9126-2,3 посвящены формализации соответственно внешних и внутренних метрик характеристик качества сложных ПС. В ней изложены содержание и общие рекомендации по использованию соответствующих метрик и взаимосвязей между типами метрик.

Метрики программного продукта включают:

- внешние метрики, обозначающие свойства продукта, видимые пользователю;
- внутренние метрики, обозначающие свойства, видимые только команде разработчиков.
- Внешние метрики продукта – это метрики:
 - надежности продукта, которые служат для определения числа дефектов;
 - функциональности, с помощью которых устанавливаются наличие и правильность реализации функций в продукте;
 - сопровождения, с помощью которых измеряются ресурсы продукта (скорость, память, среда);
 - применимости продукта, которые способствуют определению степени доступности для изучения и использования;
 - стоимости, которыми определяется стоимость созданного продукта.
 - Внутренние метрики продукта включают:
 - метрики размера, необходимые для измерения продукта с помощью его внутренних характеристик (количество операций);
 - метрики сложности, необходимые для определения сложности продукта (количество циклов, глубина циклов);
 - метрики стиля, которые служат для определения подходов и технологий создания отдельных компонентов продукта и его документов.

Четвертая часть стандарта ISO 9126-4 предназначена для покупателей, поставщиков, разработчиков, сопровождающих, пользователей и менеджеров качества ПС. В ней повторе-

на концепция трех типов метрик, а также аннотированы рекомендуемые виды измерений характеристик ПС.

Другим важным стандартом является ISO/IEC 12207:1995 «Information Technology – Software Life Cycle Processes». Данный стандарт является основным нормативным документом, регламентирующим состав процессов жизненного цикла ПО. Он устанавливает 4 вспомогательных процесса влияющие на качество программного продукта: обеспечение качества, верификация, аттестация, аудит.

Назначение процесса оценки продуктов – одного из процессов поддержки ЖЦ, определенных в стандарте ISO/IEC 12207, – состоит в том, чтобы «гарантировать путем систематического измерения и оценивания, что продукт удовлетворяет установленным и предполагаемым требованиям пользователей к этому продукту. В результате успешного выполнения процесса:

- будут установлены требования, касающиеся проведения оценивания;
- будут определены критерии оценки продукта;
- будут специфицированы методы выполнения оценивания, и все действия в рамках этих методов будут надлежащим образом выполняться;
- данные измерений будут собираться, а результаты применения метрик – оцениваться по отношению к критериям;
- результаты деятельности по оцениванию продукта будут доступны для всех заинтересованных сторон»

Выполнение процесса оценки продуктов ПС, отвечающего требованиям ISO/IEC 12207, регламентируется стандартом ISO/IEC 14598.

Стандарт описывает процесс оценивания в виде пошаговой процедуры, ориентированной на использование *обобщенной* модели качества, представленной в стандарте ISO/IEC 9126 (рис. 2).

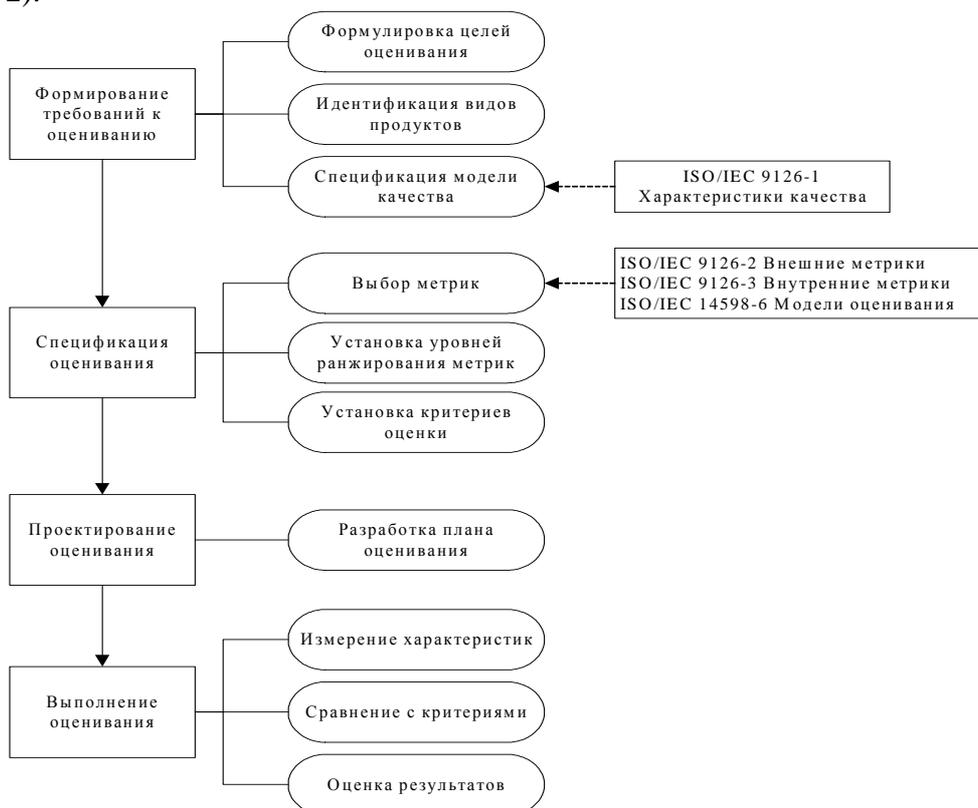


Рис. 2. Структура процесса оценивания продуктов ПС

Структура процесса оценивания продуктов ПС состоит из 4 процессов: формирование требований к оцениванию, спецификация оценивания, проектирование оценивания, выполнение оценивания. Рассмотрим каждый процесс в отдельности.

При **формировании требований к оцениванию** необходимо сформулировать цель оценивания, выполнить идентификацию видов продуктов и спецификацию модели качества (выполняется на основе ISO/IEC 9126-1). В данном процессе формируется концепция оценивания.

Оцениваться могут промежуточные (рабочие) продукты ПС в ходе разработки, а также конечный программный продукт.

Целью оценивания качества рабочих продуктов может быть:

- принятие решения о приемке промежуточного продукта у соисполнителя;
- принятие решения о завершении какого-либо процесса и передаче продукта следующему процессу;
- предсказание или предварительная оценка качества конечного продукта;
- сбор информации о промежуточных продуктах с целью контроля и управления процессом разработки ПС.

Целью оценивания качества конечного продукта может быть:

- принятие решения о приемке продукта;
- принятие решения о сроках выпуска продукта;
- сравнение продукта с другими продуктами;
- выбор продукта из множества альтернативных продуктов;
- оценка как положительного, так и отрицательного результата использования продукта.

При **спецификации оценивания** производится выбор метрик (на основе стандартов ISO/IEC 9126-2,3), установка уровней ранжирования метрик и установка критериев оценки.

Наряду с дифференциацией требований к оцениванию по целям оценивания (назначению оценивания), может возникнуть необходимость выделения *уровней* оценивания различных характеристик качества, в зависимости от уровней целостности оцениваемой ПС (и ее компонентов) и риска не достичь необходимого качества. Чем выше установленный уровень целостности ПС, тем выше требования к уровню значений определенных характеристик качества и тем строже должны быть методы оценивания качества (а также выше трудоемкость оценивания).

Стандарт рекомендует определять уровень оценивания (от А – высшего до D – низшего) с учетом риска в сфере *безопасности функционирования* (угрозы жизни людей), *защиты информации* (угрозы потери информации), *экономики* (угрозы финансовых убытков), *среды функционирования* (угрозы разрушения (не восстановления) среды эксплуатации ПС).

В зависимости от уровня оценивания, установленного для каждой из характеристик качества продукта, выбирается метод (условия) измерения и оценивания. Так, например, для характеристики «функциональность» в требованиях к оцениванию может указываться одно из следующих *условий* сбора данных (в порядке возрастания строгости требований):

- сбор данных (метрик) в ходе функционального тестирования;
- сбор данных (метрик) в ходе инспекции документов разработки;
- сбор данных (метрик) в ходе автономного тестирования при условии обеспечения полноты покрытия.

Уровень целостности ПС может обусловить не только выбор уровня оценивания отдельных характеристик качества продукта, но и расстановку *приоритетов важности* тех или иных характеристик его качества и выбор внешних метрик качества.

Упорядочивая характеристики (под-характеристики) качества по важности можно также устанавливать для каждой из них *коэффициент весомости*, что позволит при ограниченных ресурсах разработки уделять больше внимание тем характеристикам, которые имеют наибольший вес.

При **проектировании оценивания** производится разработка плана оценивания. План содержит точные сроки или предположительные события после, которых необходимо проводить оценивание.

Заключительным процессом является **выполнение оценивания**. В ходе данного процесса производится измерение характеристик, сравнение с критериями, оценка результатов.

На основе полученных результатов делается вывод – соответствует ли оцениваемый программный продукт заявленным качественным характеристикам, т.е. является ли он качественным. Если программный продукт не соответствует критериям, то он проходит процесс изменения.

ОЦЕНКА ВЫБРОСОВ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ В Г. АРТЁМ

Е.А. Варлыга, студент

Научный руководитель И.Ю. Гриванов, канд. геогр.наук,
доцент кафедры экологии и природопользования

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является оценка загрязнения атмосферного воздуха выбросами от промышленных предприятий в г. Артём.

Задачи:

- 1) провести анализ обобщения государственной статистической отчётности от предприятий г. Артём;
- 2) оценить уровень выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух по отраслям промышленных предприятий в г. Артём в 2010 году;
- 3) оценить уровень выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух.

Для решения поставленных задач были проведены следующие исследования:

- 1) проведена количественная оценка выбросов загрязняющих веществ промышленными предприятиями г. Артём;
- 2) проведён анализ соотношения твёрдых, газообразных и жидких выбросов в атмосферный воздух г. Артём;
- 3) проведён сравнительный анализ выбросов загрязняющих веществ по отраслям промышленных предприятий г. Артём.

На всех стадиях своего развития человек был тесно связан с окружающим миром.

Атмосферный воздух является одним из основных жизненно важных компонентов окружающей природной среды, благоприятное состояние которого составляет естественную основу устойчивого социально-экономического развития страны. Он выполняет биологические, производственные, транспортные и иные функции. Результаты экологических исследований в России свидетельствуют о том, что загрязнение приземного слоя атмосферы является самым мощным, постоянно действующим фактором воздействия на человека, на пищевую цепь и на окружающую среду в целом. Актуальность работы заключается в важности и значимости оценки загрязнения атмосферного воздуха выбросами загрязняющих веществ от различных источников.

Основными источниками загрязнения атмосферы в настоящее время являются промышленные предприятия и автотранспорт.

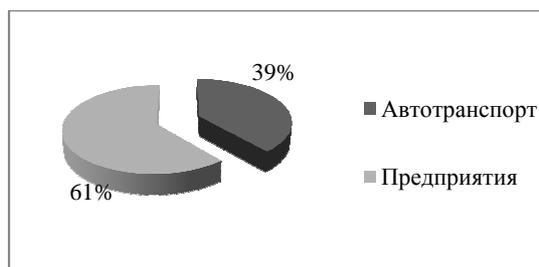


Рис. 1. Распределение выбросов загрязняющих веществ в г. Артём в 2010 году (тыс. т)

Общее количество выбросов в Артеме в 2010 году составило более 42 тыс. тонн. Как видно, большая часть выбросов, а именно 61 %, приходится на промышленные предприятия, поэтому в работе внимание акцентировано именно на оценке загрязнения атмосферного воздуха выбросами от промышленных предприятий. Из обобщенных сведений о состоянии загрязнения воздуха в городах Приморского края по наблюдениям, регулярно проводимыми Приморским Гидрометцентром следует, что в 2010 г. в Артёме отмечался низкий уровень загрязнения воздуха. Хотелось бы, чтобы такой уровень оставался неизменным, но для этого необходимо постоянно следить за деятельностью промышленных предприятий.

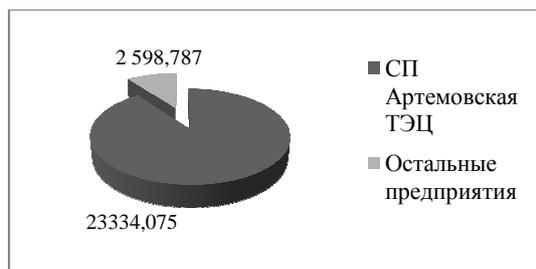


Рис. 2. Общее количество загрязняющих веществ в г. Артём (т/год)

Наибольшее число выбросов загрязняющих веществ приходится на СП Артемовская ТЭЦ, что составляет 90%, а на остальные предприятия приходится 10% загрязняющих веществ от общего числа выбросов по городу.

Что касается остальных предприятий, то наибольшее количество выбросов приходится на первые три, вносящих значительный вклад в загрязнение воздуха. Это такие предприятия как Михайловский Бройлер и Международный Аэропорт Владивосток, Артемовский филиал Примтеплоэнерго.

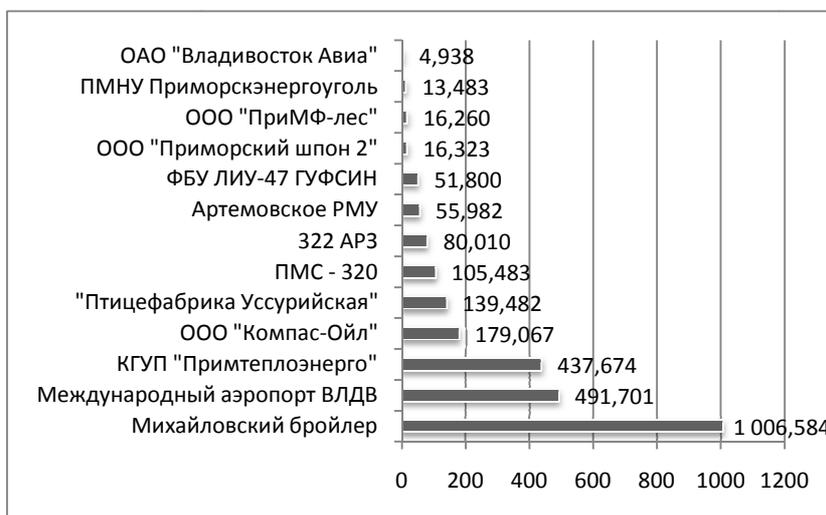


Рис. 3. Распределение загрязняющих веществ среди предприятий г. Артём (тыс. т/год)

Из выше сказанного следует, что основная часть выбросов загрязняющих веществ приходится на Артемовскую ТЭЦ. Остановимся на ней поподробнее, т.к. именно она является основным фактором риска, оказывающим воздействие на здоровья людей.

Но здесь особо следует обратить внимание на степень улавливания загрязняющих веществ. Что это значит? Это значит, что в атмосферу поступает всего лишь 3 % загрязняющих веществ.

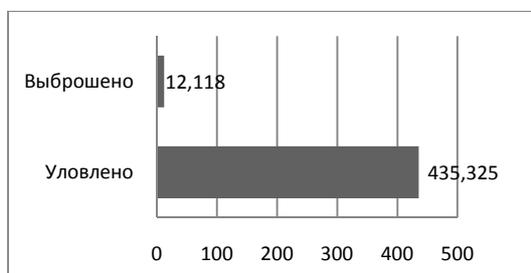


Рис. 4. Соотношение уловленных и выброшенных загрязняющих веществ в электроэнергетике (тыс. т)

Для того чтобы лучше оценить степень риска, важно знать к каким последствиям это может привести.

Содержащиеся в атмосфере вредные загрязняющие вещества воздействуют на человеческий организм при контакте с поверхностью кожи или слизистой оболочкой. Наряду с орга-

нами дыхания загрязнители поражают органы зрения и обоняния. Вдыхаемые твердые и жидкие частицы достигают альвеол и абсорбируются в крови, некоторые накапливаются в лимфатических узлах.

А теперь о том, что касается распределения загрязняющих веществ по отраслям в г. Артём.

Наибольшее количество твёрдых загрязняющих веществ, а именно 52%, приходится на отрасль Производство и распределение электроэнергии, газа и воды.

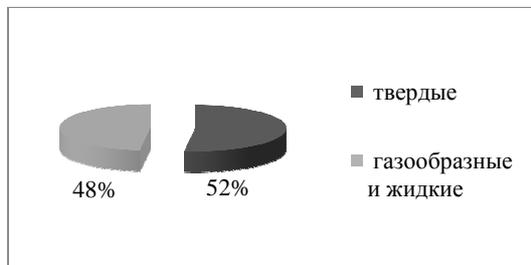


Рис. 5. Распределение твёрдых, газообразных и жидких веществ в отрасли Производство и распределение электроэнергии, газа и воды

А в таких отраслях как Деятельность воздушного транспорта и Производство машин и оборудования и возрастает доля газообразных загрязняющих веществ.

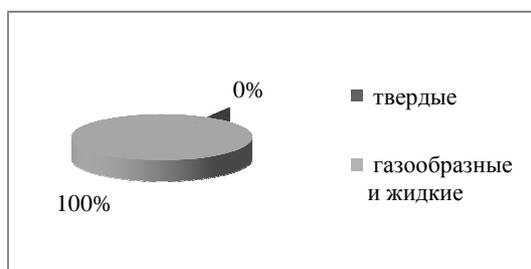


Рис. 6. Распределение твёрдых, газообразных и жидких веществ в отрасли Деятельность воздушного транспорта

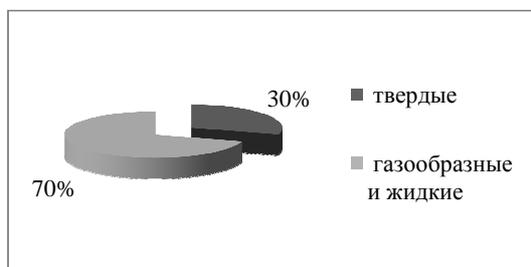


Рис. 7. Соотношение твёрдых, газообразных и жидких веществ в отрасли Производство машин и оборудования

Общее количество выбросов по территории г. Артём – 25 тыс.т. Газообразные и твёрдые вещества приблизительно равны.

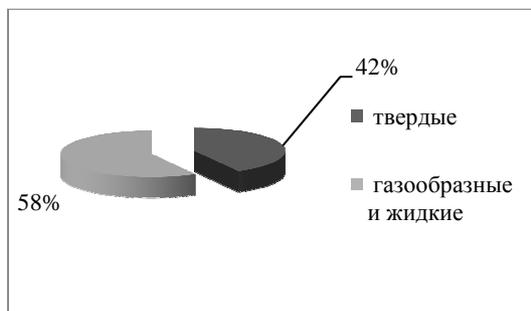


Рис. 8. Соотношение твёрдых, газообразных и жидких загрязняющих веществ по территории г. Артём

А теперь том, что касается распределения загрязняющих веществ среди предприятий г. Артём.

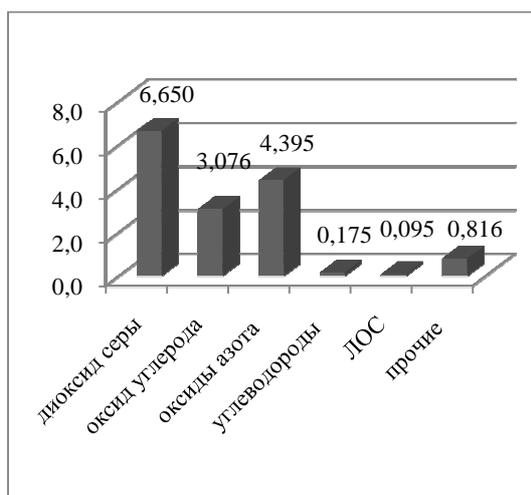


Рис. 9. Распределение загрязняющих веществ среди предприятий г. Артём (т/год)

Максимум загрязняющих веществ приходится на диоксид серы, оксид азота, а минимум на летучие органические вещества.

Загрязнение атмосферы диоксидом серы, особенно при продолжительных туманах, вызывает обострение заболеваний верхних дыхательных путей и фатальные аллергические реакции у астматиков. Большое значение имеет его влияние на растения, вызывая серьёзное повреждение листьев в виде некрозов. Особенно этому подвержены вечнозеленые хвойные деревья.

Оксид азота оказывает, прямое действие на центральную нервную систему. Последствия отравления проявляются длительное время и выражаются в нарушении, ослаблении памяти, мышечной силы.

Огромное количество твёрдых загрязняющих веществ образуется за счёт сгорания угля, который используется в качестве топлива на данном предприятии.

Все вышесказанное об Артёмовской ТЭЦ не означает, что все экологические проблемы г. Артём сосредоточены именно на этом предприятии, нужно не забывать и об автотранспорте, и здесь важным мероприятием может стать улучшение дорог.

И для того что бы улучшить экологическую обстановку в г. Артём необходимо провести ряд рекомендуемых мероприятий.

Для промышленных предприятий:

- 1) строительство и ввод в действие новых газоочистных установок;
- 2) повышение эффективности уже существующих очистных установок;
- 3) возможный переход на альтернативный источник топлива.

Газ выделяет большее количество тепла и в меньшей степени загрязняет воздух, чем любой другой вид ископаемого топлива. При сжигании он почти не образует диоксида серы и выделяет в 6 раз меньше оксидов азота, чем уголь.

И подводя итог выше сказанному необходимо сделать вывод о том, что пути выхода из экологических проблем есть, нужно их увидеть, и в самое ближайшее время сделать всё возможное для того, что бы последствия этих проблем не стали катастрофическими.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АВТОМАТИЧЕСКОЙ ВЫГРУЗКИ ПРАЙС-ЛИСТА В «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2»

Г.Г. Герман, студент

Научный руководитель **С.М. Семенов**, канд. техн. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

1С:Предприятие является универсальной системой автоматизации экономической и организационной деятельности предприятия. Поскольку такая деятельность может быть довольно разнообразной, система 1С:Предприятие может «приспосабливаться» к особенностям конкретной области деятельности, в которой она применяется.

Это достигается благодаря тому, что 1С Предприятие – это не просто программа, существующая в виде набора неизменяемых файлов, и совокупность различных программных инструментов, с которыми работают разработчики и пользователи. Логически всю систему можно разделить на две большие части, которые тесно взаимодействуют друг с другом: конфигурацию и платформу, которая управляет работой конфигурации.

1С:Предприятие 8.2 – это принципиальное изменение архитектуры платформы версии 8, наиболее существенное с момента ее выпуска.

При создании платформы 1С:Предприятия 8.2 была проведена большая работа по разработке нового интерфейса. Новый интерфейс ориентирован на комфортную эффективную работу, соответствует современным тенденциям и в то же время учитывает сильные стороны прежнего интерфейса.

При запуске системы открывается основное окно приложения. В нем отображается основная структура прикладного решения (панель разделов) и рабочий стол.

Одним из самых внушительных нововведений 1С 8.2 является перевод платформы на технологию клиент-сервер.

Внедренные технологии упрощают работу с платформой, а также дают новые возможности, как в работе с конфигурациями, так и в их разработке. Однако огромное количество изменений затрудняет перевод действующих систем на новую версию.

Для того, что бы качественно разрабатывать новые конфигурации, или переводить конфигурации старых версий на новые необходимо точно знать отличия платформ. А тек же необходимо знать новые приемы и методы разработки.

На разработчиков накладывается дополнительная нагрузка по переводу кода в клиент-серверный вариант. Так же требуется переработка старых и создание новых форм для управляемого приложения.

В версии 8.1 модуль формы исполнялся только на клиенте. Он мог содержать произвольное количество процедур и функций. Разработчик создавал их, руководствуясь прикладной логикой той задачи, которую он решал.

В версии 8.2 форма существует одновременно и на клиенте и на сервере. Для каждой ее процедуры должна быть указана директива компиляции, определяющая, где и как будет исполняться эта процедура – на клиенте или на сервере.

Разделение вычислительных мощностей позволяет снизить нагрузку на пользовательские компьютеры, однако на сервер ложится дополнительная нагрузка, т.к. большинство запросов должно обрабатываться именно на сервере, а на компьютер пользователя отправляется только результат.

Прайс-листы являются важной частью торговли. Они помогают с легкостью ориентироваться в нынешней развитой торговой структуре. Следовательно, работа с прайс-листами является необходимой частью автоматизации системы торговли.

Для выгрузки прайс-листа из 1С:Предприятие необходимо взаимодействие с СОМ-объектами. Для этих целей в 1С:Предприятие существуют команды внутреннего языка программирования.

После выгрузки прайс-лист имеет формат программы Excel с подключенными макросами для обратного взаимодействия с платформой. После внесения изменений прайс-лист загружается обратно в 1С:Предприятие и обрабатывается согласно внесенных изменений.

МОДУЛЬ ВИРТУАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ САЙТА БИБЛИОТЕКИ ВГУЭС

Б.С. Головченко, студент

Научный руководитель **Б.К. Васильев**, канд. хим. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Актуальной проблемой для библиотек стало снижение посещаемости, и одной из мер призванной бороться с этой проблемой является реклама новинок и тематических подборок книг. Так как студенты всё больше времени проводят в интернете и даже поиск и заказ книг осуществляется через интернет, то было бы разумным разместить выставки книг на сайте библиотеки, что помогает читателям познакомиться с новой литературой, после чего быстро и удобно заказать её через электронный каталог.

Цель разработки модуля виртуальные выставки, обеспечит и основано на улучшении следующих показателей работы библиотеки:

- улучшить и унифицировать внешний вид рекламы библиотечных материалов;
- упростить для библиотекарей создание виртуальных выставок;
- упростить для читателей доступ к материалам представленным на выставке.

Актуальность. Примерно за 3 года с помощью презентаций и HTML-страниц было сделано около 40 выставок, но при этом возникают следующие проблемы: для простого пользователя достаточно сложно создавать HTML-страницы, а размер презентаций является мало приемлемым для просмотра студентами из дому, для создания описания книги или журнала требовалось найти документ в электронном каталоге и скопировать это описание, более того студент заинтересовавшийся книгой также вынужден искать документ повторно. Поэтому возникла задача написать модуль который будет позволять не подготовленному сотруднику быстро и легко создавать выставки, а студентам проще заказывать понравившуюся им литературу.

Внедрение данного модуля позволило упростить создание виртуальных выставок и их размещение, позволило создавать выставку заранее и автоматически начинать показ в нужный день. Ранее созданные одним человеком выставки вручную размещались другим человеком, но простота системы позволила передать функция размещения выставок тому же человеку, кто их создаёт, что снизило время от создания до размещения выставки.

Методы и средства. Модуль виртуальные выставки является узкоспециализированным средством, имеющим жёсткую привязку к другим специфическим модулям сайта библиотеки. В разработке применяются только открытые программные продукты, что позволяет использовать наработки данного проекта в других сайтах и системах, а также не требует приобретения дополнительного программного обеспечения при установке на собственные сервера. Поэтому для разработки программы использовались следующие ресурсы:

- веб-сервер Apache;
- язык программирования PHP5;
- СУБД MySQL;
- веб-браузер Firefox;
- операционная система Russian Fedora.

Для создания Web-интерфейса использовался язык HTML, каскадные системы стилей CSS, язык JavaScript, для доступа к базе данных использовался язык SQL.

Структура модуля виртуальные выставки. Программный продукт состоит из общих классов выставка, документ выставки, загрузка файлов и т.д. используемых для абстрагирования от физической структуры данных, и ряда отдельных модулей: создание выставок, отображение списка выставок, вывод отдельной выставки. Применение классов позволяет быстро и удобно изменять физическую структуру данных, а также добавлять новые возможности, не переделывая программный код, который использует эти классы. Комплекс состоит из нескольких программных модулей. Настройки безопасности выполняются на уровне веб-сервера, что позволяет упростить структуру программы и воспользоваться хорошо отлаженным механизмом контроля доступа.

Интерфейс создания и редактирования выставок. На рисунке 1 представлен интерфейс для создания и редактирования выставок. Благодаря интеграции с электронным каталогом, существует быстрый способ создания описания документа на базе его штрих-кода, это позволяет значительно упростить рутинную работу при составлении выставок. Интерфейс позволяет при необходимости менять местами документы в выставке, указывать дату, начиная с которой выставка будет отображаться для читателей. Система автоматического изменения размера картинок позволяет библиотекарю не задумываться о технических деталях данной работы.

Добавить виртуальную выставку					
Название	Создатель	Описание	Дата начала показа	Изображение	
Моя специальность - "Социальная работа"	Отдел информации и рекламы библиотечных ресурсов	Электронные базы данных и книжные новинки в помощь студентам специальности "Социальная работа"	2011-04-07		Список книг/дисков <input type="checkbox"/>
Защита от природных катастроф и техногенных аварий.	Отдел информации и рекламы библиотечных ресурсов	Природные и техногенные катастрофы, уносящие ежегодно тысячи человеческих жизней и наносящие огромный материальный ущерб, ныне признаны одним из важнейших факторов, определяющих устойчивость развития экономики. Многие ученые пришли к выводу что многочисленные бедствия, катастрофы, чрезвычайные	2011-03-23		Список книг/дисков <input type="checkbox"/>
Моя специальность - Менеджмент (Управление персоналом)	Отдел информации и рекламы библиотечных ресурсов	Электронные базы данных и книжные новинки в помощь студентам специальности "Менеджмент (Управление персоналом)"	2011-03-14		Список книг/дисков <input type="checkbox"/>

Рис. 1. Интерфейс создания и редактирования выставок

Интерфейс показа списка выставок. На рисунке 2 представлен внешний вид страницы со списком виртуальных выставок, который видят читатели. Все выставки отображаются на специальной странице сайта, а две последних постоянно видны в правой колонке сайта, что позволяет читателю, не заходя в соответствующий раздел, отслеживать появление новых выставок.

[Структура](#)
[Расписание работы](#)
[Справочно-поисковый аппарат](#)
[Отчеты](#)

[Статистика сайта](#)
[Фотогалерея](#)
[Нормативные документы](#)
[Публикации](#)

Услуги

Электронные ресурсы

В помощь студенту

Справочная служба

Информация для референтов

Конференции, гранты, зарубежные партнеры

АБИС "Dolphin"

НАШИ ПАРТНЕРЫ:

Виртуальные выставки

Моя специальность - "Социальная работа"



Электронные базы данных и книжные новинки в помощь студентам специальности "Социальная работа"

[Просмотреть выставку](#)

Защита от природных катастроф и техногенных аварий.



Природные и техногенные катастрофы, уносящие ежегодно тысячи человеческих жизней и наносящие огромный материальный ущерб, ныне признаны одним из важнейших факторов, определяющих устойчивость развития экономики. Многие ученые пришли к выводу что многочисленные бедствия, катастрофы, чрезвычайные ситуации свидетельствуют о нахождении человечества в неустойчивой стадии своего развития, в так называемой точке



Внимание благотворительная акция

Помощь детям-сиротам
«Поделись теплом»
[Подробнее](#)

20-КА САМЫХ ИНТЕРЕСНЫХ СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ БИБЛИОТЕКИ!



Виртуальные выставки:

Моя специальность - "Социальная работа"



Рис. 2. Интерфейс показа списка выставок

Интерфейс показа выставки. На рисунке 3 представлен вид отдельного документа (в данном случае книги), как это видят читатели при просмотре. При показе выставки кроме информации, введённой при создании выставки, выводится полное библиографическое описание документа, места хранения, количество доступных экземпляров, при этом, так как эта информация берётся напрямую из электронного каталога, то читатель видит самую актуальную информацию.

Список выставок

10 февраля - День дипломатического работника

Самойленко, Виктор Васильевич.
Дипломатическая служба: учебное пособие [для студентов вузов] / В. В. Самойленко. - М. : Норма : ИНФРА-М, 2010. - 320 с.
[Скрыть дополнительную информацию](#)

Расположение	Хранение	Количество	Доступно книг
ВГУЭС	Абонемент (ауд. 1239)	2	0
ВГУЭС	чз 2 (ауд. 2501)	3	3

[Добавить в корзину заказа](#) 

Учебное пособие содержит изложение истории российской дипломатической службы, современной структуры МИД России, задач и функций, возложенных на внешнеполитическое ведомство

Рис. 3. Интерфейс отображения документов выставки

База данных. Разработка базы данных производится в среде MySQL. На рисунке 4 представлена схема базы данных. Создание таблицы выполнено с помощью phpMyAdmin, для переноса базы используется экспорт/импорт в SQL (возможен экспорт только структуры БД или совместно с данными). Для хранения данных используется несколько связанных таблиц. Краткое описание таблиц:

- exhibition – информация о виртуальных выставках
- exhibition_document – описание документов в выставках
- exhibition_statistica – статистика заказа выставляемых документов.

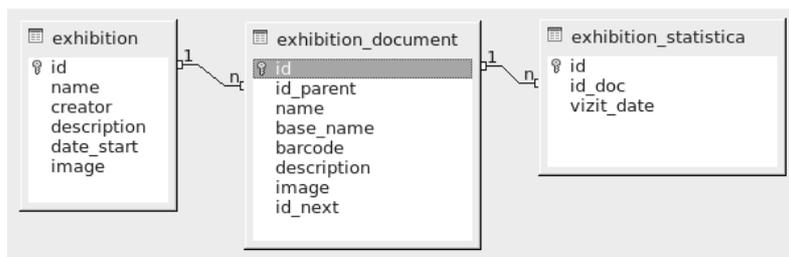


Рис. 4. Схема базы данных

Внедрение. Для внедрения модуля Виртуальные выставки необходимо установить и настроить веб-сервер поддерживающий PHP5 (в разработке используется Apache, а внедрение

произведено на базе IIS), базу данных MySQL, язык программирования PHP5. Благодаря использованию компонентов распространяющихся по свободным лицензиям, предоставляется возможность использовать любую операционную систему которая обеспечивает запуск этих программ (Linux, BSD, Windows). В качестве клиента может использоваться любой браузер (проверена совместимость с Firefox, Opera, Internet Explorer), который поддерживает технологии: HTML, CSS, JavaScript, Cookie. Это позволяет создавать анкеты и проводить анкетирование с любого компьютера, подключенного к Интернету.

Дизайн модуля «Виртуальные выставки» осуществлён с использованием технологии CSS, что позволяет настраивать внешний вид программ под дизайн сайта, на котором работает данный модуль.

Заключение. Модуль сайта «Виртуальные выставки» обеспечивает быстрое и удобное создание выставок книг, журналов и CD/DVD дисков, позволяет читателям получать актуальную информацию об этих документах и тут же их заказывать.

Востребованность. Планируется регулярно (примерно раз в месяц) создание тематических выставок посвящённых разнообразным праздникам, событиям, новым поступлениям и т.д.

РАЗРАБОТКА ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ АНАЛИЗА ДАННЫХ О СТАБИЛЬНОСТИ ПРОДАЖ В СИСТЕМЕ 1С

Н.В. Жданова, студент

Научный руководитель В.М. Гриняк, канд. техн. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Предприятие это единый организм и улучшение чего-либо одного может привести лишь к небольшому сдвигу в сторону успеха. Руководителям необходимо принимать комплексные решения, касающиеся всего предприятия. Что может дать внедрение информационной системы? – снижение общих затрат предприятия в цепи поставок (при закупках), – повышение скорости товарооборота, – сокращение излишков товарных запасов до минимума, – увеличение и усложнение ассортимента продукции, – выполнение заказов в срок и повышение общего качества обслуживания клиентов.

В настоящее время для создания конкурентных преимуществ, развития бизнеса руководство предприятия должно принимать огромное число решений, для чего сопоставляется и оценивается большой объем информации, полнота и достоверность которой зачастую оставляют желать лучшего. Не имея точной информации, руководители, как правило, принимают решения интуитивно. Во избежание этой ситуации на предприятиях в настоящее время практикуется внедрение современных корпоративных информационных систем, при этом предполагается, что в них будет содержаться вся необходимая для эффективной работы информация. В компаниях зачастую стоит вопрос: покупать готовую корпоративную информационную систему или создавать свою собственную? Создавать собственную корпоративную информационную систему – процесс длительный с большими затратами. Поэтому выбор современных компаний не однозначный: корпоративную информационную систему нужно покупать и внедрять. Характерными чертами систем комплексной автоматизации являются индивидуальность и четкая направленность на решение проблем конкретного предприятия.

На сегодняшний день бесспорным лидером по продажам и количеству инсталляций являются программные продукты фирмы «1С».

Программный продукт «1С» является очень мощным инструментом разработки, и в тоже время очень простым, в связи с этим для разработки данного проекта мною был выбран «1С:Предприятие 8».

Разрабатываемый программный комплекс «АоСП» (Анализ о Стабильности Продаж) предназначен для проведения исследований по анализу стабильности продаж. В настоящее время торговые и производственные предприятия характеризуются высокими требованиями к уровню информации, который обеспечивается интегрированной информационной системой предприятия. Анализ стабильности продаж товара с определением периода наибольших продаж, является одной из управленческих функций такой системы. Разрабатываемая в рамках настоящего проекта методика решения задачи выбора периода анализа данных, выбора количества периодов для анализа призвана повысить корректность и эффективность представления данных о продажах на предприятии, избежать залеживания товара на складах или наоборот нехватки товара.

Цель данной работы – разработка и апробация функциональности для анализа параметров задачи управления продажами в современных корпоративных информационных системах. Внедрение в практику работы менеджеров производственных и торговых компаний интеллектуальных компонент для анализа данных в различных аналитических разрезах существенно повышает эффективность управленческого учета на предприятии, улучшает информативность анализа данных, и, в конечном итоге, позволяет улучшить финансовые показатели.

Данный анализ позволит грамотно управлять продажами в условиях активной конкуренции. Анализ нацелен на максимальную оптимизацию процесса продажи, а также совершенствование процесса закупа товара.

Для анализа отслеживаются периоды наиболее активных продаж товара. Необходимо выяснить, как часто происходят максимальные продажи, пользуется ли товар спросом, следует ли увеличить поставки в случае дефицита или сократить при «затоваривании». Тем самым комплексное управление всеми процессами продаж позволяет повышать качество сервиса, поставлять необходимые товары без задержек, что приводит к увеличению удовлетворенности и лояльности клиентов. Клиентоориентированный подход обеспечивает увеличение продаж и снижение операционных издержек.

Итогом проектирования является система отчетов, которая имеет интуитивно понятный интерфейс (является наглядной и простой в освоении).

С экономической точки зрения подобное нововведение значительно облегчит работу менеджера, позволит более эффективно распределять усилия по планированию продаж и закупок.

ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ПРОМЫШЛЕННОМ ПТИЦЕВОДСТВЕ

Н.А. Журавлёв, студент

Научный руководитель **П.В. Юдин**, канд. экон. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Научный руководитель **Е.Г. Лаврушина**,
старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Производственный процесс представляет собой ряд взаимосвязанных технологических операций направленных на создание и выпуск конечного товара или услуги. Количество технологических операций, их трудоемкость и сложность выполнения являются причиной необходимости тотального контроля технологии производства на всех этапах и последующего их улучшения. Одним из возможных вариантов улучшения производственного процесса является оптимизация выполнения определенных технологических операций и их комплексов.

Промышленное птицеводство не является исключением. Промышленное птицеводство представляет собой одну из отраслей сельскохозяйственного производства и также состоит из набора различных технологических операций и процессов.

Наиболее тесно взаимосвязанные операции и процессы объединяются для дальнейшего выполнения конкретными организационными подразделениями. На птицеводческом хозяйстве можно выделить примерно следующие организационные подразделения производственного процесса: кормоцеха, птичники, инкубаторы и т.д. Организационные подразделения варьируются в зависимости от направленности производства (яйцо, птица, мясо и т.д.) и построения всего технологического процесса.

Целью исследования является изучение работы комплекса по переработке мяса птицы на одном из птицеводческих хозяйств и построение имитационной модели работы комплекса для оптимизации его работы.

Комплекс по переработке мяса птицы представляет собой отдельное организационное подразделение, выполняющее функции по убою живой птицы, ее потрошению и обработке тела животного в готовый продукт.

Проблематика функционирования рассматриваемого комплекса состоит в основном в «закрытости» и отсутствии контроля выполнения определенных технологических операций. Известна структура работы комплекса и порядок выполнения операций, количество голов обрабатываемой комплексом птицы и объемы выпускаемой готовой продукции, но при этом в самом комплексе отсутствуют методы мониторинга текущего его состояния. Сложность мониторинга состояния комплекса обусловлена рядом причин.

Во-первых, это различие весовых значений поступающих ресурсов и выпускаемой продукции – поступающая птица перед обработкой несет в себе строгий ограниченный набор потенциальных продуктов, весовые и количественные значения которых варьируются относительно друг друга, при этом, объемы выпускаемой продукции соответствуют внутренней политике производства, что создает неравномерность выпуска различных типов продукции. Например, для получения 1 килограмма грудки птицы необходимо меньше голов, чем для получения 1 килограмма желудков, при этом потрошение голов на продукцию идет равномерное.

Во-вторых, неравномерность движения продукции – для получения конкретного вида продукции требуется выполнить ряд технологических операций над обрабатываемым продуктом (резка, обработка, упаковка и т.д.). Многие из продуктов требуют выполнения идентичных операций (например, упаковка) это создает сильную загруженность на технологическом этапе, в иных случаях наоборот, этап простаивает из-за нехватки продукции. Варьируется также и количество операций обработки для получения конечного продукта. Подобная неоднородность технологического процесса является причиной временных различий в выпуске конечного продукта, что создает существенные сложности в оперативном планировании.

Одним из решений подобного вида проблематики является создание имитационное моделирование работы всего комплекса. Имитационное моделирование представляет собой анализ работы моделируемого процесса и построение его имитационной модели.

Имитационное моделирование представляет частный случай математического моделирования, используемый для получения результатов работы рассматриваемого процесса во времени. В основном имитационное моделирование используется, когда для описываемого процесса отсутствуют аналитические модели или не разработаны готовые решения, когда нет возможности провести эксперименты на реальном объекте или когда необходимо имитировать работу системы во времени.

Имитационная модель может быть реализована различными способами с помощью различных программных средств, или система имитационного моделирования. Каждая система, предлагает свой инструментарий средств для построения модели, а также содержит собственную логику работы.

Имитационная модель рассматриваемого комплекса по переработке мяса птицы была построена с помощью системы Anylogic 6. Основными преимуществами данной системы явились: возможность моделирования согласно всем классическим подходам к моделированию (системная динамика, процессно-событийное моделирование, агентное моделирование), наличие инструментария для графического оформления модели, поддержка языка Java.

Разработанная модель представляет собой набор компонентов библиотеки Enterprise Library. Компоненты данной библиотеки представляют собой блоки-операции, описываемые

внутренними параметрами. С помощью графического моделирования блоки объединяются друг с другом создавая логику технологических процессов.

Из групп блоков были созданы подмодели выделенных этапов технологического процесса, представляющие:

- подмодель линии первичной обработки птицы;
- подмодель линии потрошения птицы;
- подмодель цеха приемки и упаковки субпродуктов;
- подмодель камеры воздушно-капельного охлаждения;
- подмодель калибровки, сортировки и упаковки цельных тушек птицы;
- подмодель цеха нарезки, приемки и упаковки продукции;
- подмодель морозильного склада.

Данные подмодели были объединены в общую модель работы всего комплекса.

Созданная модель описывает работу комплекса в реальном времени, с шагом моделирования в 1 секунду. При необходимости работа модели может быть ускорена или замедлена в несколько сотен раз. Это позволяет проследить работу комплекса во времени без необходимости проведения натурального эксперимента.

Все данные, обрабатываемые моделью, выводятся в виде статистической информации, которая является ключевым результатом моделирования и используется в дальнейшем для принятия решений и разрешения проблематики, которая стала причиной моделирования.

Следует отметить, что разработанная модель обладает набором варьируемых параметров, изменение которых позволяет оптимизировать работу модели и, следовательно, может быть применено при оптимизации работы комплекса по убою птицы. В основном подобными параметрами являлось количество рабочих на определенных технологических участках, пропускная способность которых сказывается на работе всего комплекса (например, навеска и перевеска птицы на конвейерную линию).

Таким образом, построенная имитационная модель позволяет:

- имитировать работу комплекса по переработке мяса птицы;
- выдавать состояние комплекса на определенный момент времени;
- оценить примерные объемы продукции, находящиеся на конкретных технологических этапах;
- найти простаивающие и наиболее загруженные этапы процесса;
- оптимизировать расположение рабочих ресурсов на всем технологическом процессе.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ КОНСТРУКЦИИ ДВУХТАКТНОГО ДВИГАТЕЛЯ, С ЦЕЛЮ УВЕЛИЧЕНИЯ МОЩНОСТИ

Н.С. Каминский, П.Д. Тарлев, студенты

Научный руководитель **В.Я. Герасименко**, доцент кафедры сервиса и технической эксплуатации автомобилей

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью данной работы является увеличение мощности двухтактного двигателя повышением скоростных показателей продувки.

Данная работа состоит из четырёх частей.

1. Разворот цилиндра на 180° .
2. Перенос корпуса лепесткового клапана с цилиндра на картер.
3. Изменение хода поршня.
4. Расчёт выпускной системы.
5. Расчет основных параметров.

Разворот цилиндра на 180°

Разворот цилиндра необходим для лучшей наполняемости цилиндра рабочей смесью, для уменьшения потерь связанных с завихрением смеси во впускном тракте кривошипно-

шатунной камеры, что приводит к увеличению скорости потоков смеси и улучшению процессов продувки. На рисунке 1 изображен картер в продольном разрезе.

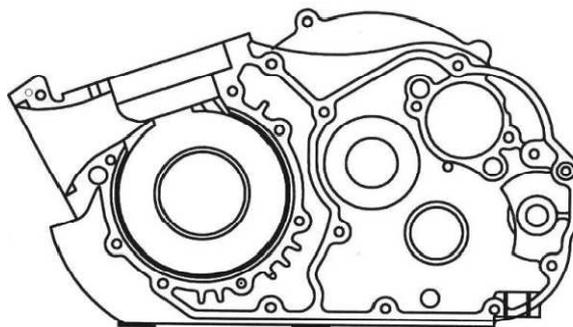


Рис. 1.

Перенос корпуса лепесткового клапана с цилиндра на картер

Перенос корпуса лепесткового клапана на кривошипную камеру приводит к уменьшению объема камеры лепесткового клапана, позволяя использовать в клапане более жесткие пластины. Перемещение впускного канала предоставляет ряд преимуществ, главное из которых связано с тем, что течение газа в полость картера становится более свободным и, следовательно, большее количество смеси может поступить в кривошипную камеру. Этому до некоторой степени способствует импульс, скорость и вес поступающей смеси. При переносе впускного канала из цилиндра можно продолжать повышать эффективность путем смещения продувочного окна (окон) в оптимальное для продувки положение. Поскольку изменены условия работы лепесткового клапана, необходимо заменить стандартные пластины на карбоновые, т.к. для работы при высоких оборотах нужны более жесткие пластины.

Изменение хода поршня

Для изменения хода поршня необходимо изготовление нового коленчатого вала с уменьшенными расстояниями между осями коренных и шатунных шеек, что должно привести к увеличению оборотов коленчатого вала. Устанавливается поршень с увеличенным диаметром, чтобы получить соотношение хода поршня и его диаметра 39×40. При таком соотношении достигается максимальная мощность при более высоких оборотах, с неизменным рабочим объемом.

Расчёт выпускной системы

Выпускная система в двухтактном двигателе имеет большое влияние на характеристику и мощность двигателя. Для оптимально подобранного глушителя необходимо, чтобы к моменту закрытия выпускного окна обратная волна обеспечивала возврат части вышедшей рабочей смеси обратно в цилиндр.

В глушителе такой важнейший параметр, как общая длина, подбирается изменением длины выпускной трубы и цилиндрической части глушителя.

Глушитель с плавным ходом выпускной трубы позволяет получать при высоких числах оборотов интенсивную дозарядку цилиндра благодаря отраженным волнам, которые выталкивают часть заряда обратно в цилиндр.

Угол прямого конуса должен быть равен 6°, так как он позволяет иметь большой объем первой камеры глушителя, не допуская изменения потока и действия завихрений, не желательных в узких сечениях.

Выпускная труба

Внутренний диаметр трубы

$$D_1 = \frac{\sqrt{4F_1}}{\pi}, \quad D_1 = \frac{\sqrt{4 \cdot 1059}}{3.14} = 3,56 \text{ мм.}$$

где F_1 – площадь сечения выпускной трубы, $F_1=1059 \text{ мм}^2$;

Длина выпускной трубы

$$l_1 = (5...6) \cdot D_1, \quad l_1 = 5,5 \cdot 36,5 = 200 \text{ мм.}$$

Диффузор (конус расширения)

Длина конической части диффузора определяется углом и диаметром глушителя.

Длина диффузора

$$l_2 = 175,5 \text{ мм.}$$

Цилиндрическая часть

Выбирая длину l_3 можно повышать максимальную эффективную мощность Ne в определенном диапазоне частот благодаря дозарядке цилиндра.

Внутренний диаметр цилиндра

$$D_2 = \frac{\sqrt{4F_2}}{\pi}, \quad D_1 = \frac{\sqrt{4 \cdot 4236}}{3,14} = 73,4 \text{ мм.}$$

где $F_2 = (3,5...4,5) \cdot F_1$, $F_2 = 4236 \text{ мм}^2$;

Длина цилиндра

$$l_2 = 70 \text{ мм.}$$

Конфузор (конус сжатия)

Длина конфузорного участка l_4 глушителя влияет на мощность двигателя: при большой длине на высоких частотах мощность снижается медленно, а при малых быстро.

Длина конфузора l_4

$$l_4 = (1...2,5) \cdot D_1, \quad l_4 = 2 \cdot 36,5 = 73 \text{ мм.}$$

Выходная труба

При росте l_5 и уменьшении диаметра D_3 максимальная мощность двигателя и крутящий момент смещается в область больших частот.

Внутренний диаметр цилиндра

$$D_3 = 0,3 \cdot D_1, \quad D_3 = 0,3 \cdot 36,5 = 11 \text{ мм.}$$

Длина цилиндра

$$l_5 = 140 \text{ мм.}$$

На рисунке 2 изображен глушитель (резонатор)

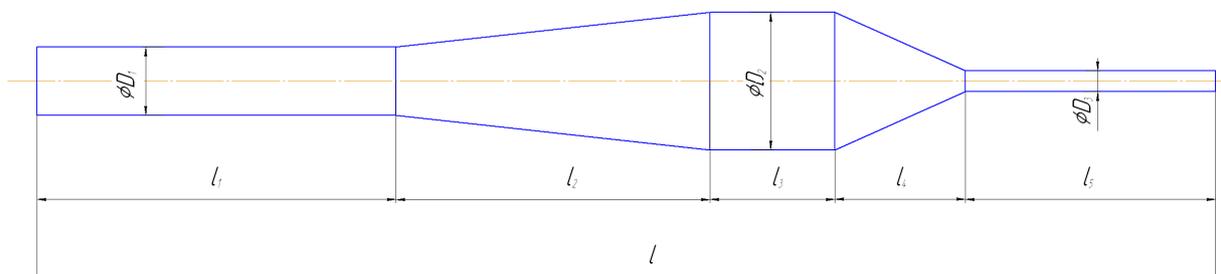


Рис. 2.

Конечная доводка производится при ходовых испытаниях.

Расчет основных параметров

Эффективная мощность двигателя

$$N_e = 0,000095 \cdot \eta_m \cdot \eta_g \cdot \eta_t \cdot \eta_v \cdot V_h \cdot H_u \cdot n,$$

где η_m – механический КПД, $\eta_m=0.65$; η_g – относительный КПД, $\eta_g=0.7$; η_t – термический КПД, $\eta_t=0.64$; η_v – коэффициент наполнения, $\eta_v=1.3$; V_h – рабочий объем цилиндра, $V_h=49$ см³; H_u – теплотворная способность; n – частота вращения коленчатого вала, об/мин.

$$N_e = 0,000095 \cdot 0,65 \cdot 0,7 \cdot 0,64 \cdot 1,3 \cdot 0,49 \cdot 825 \cdot 15000 = 21,8 \text{ л.с} = 16050 \text{ Вт}$$

Крутящий момент

$$M_e = \frac{716,2 \cdot N_e}{n}, \quad M_e = \frac{716,2 \cdot 21,8}{14000} = 1,041 \text{ Н} \cdot \text{м}$$

Параметры двигателя до и после доработки представлены в таблице 1.

Таблица 1

Параметры двигателя АС08Е	Стандартный двигатель	Расчетные параметры
Мощность (эффективная), л.с/об.мин	13/9500	21,8/15000
Количество цилиндров	1	1
Диаметр×ход поршня, мм	39×41.4	40×39
Объем цилиндра, см ³	49	49
Крутящий момент, кг×м/об.мин	0.63/7500	1,041/14000
Степень сжатия	7.2	13

Произведенные изменения конструкции двигателя увеличили мощность на 60%, но при этом произошло снижение моторесурса.

1. Двухтактные карбюраторные двигателя внутреннего сгорания/ Кондрашов В.М. Машиностроение, 1990.-272с.
2. Мотоцикл без секретов/ Григорьев В.В.

ИНФОРМАЦИОННО-ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ КАСКАДНЫХ ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

Б.А. Кан, студент

Научный руководитель В.П. Кривошеев, д-р тех. наук,
проф. кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Введение

При автоматизации сложных технологических объектов управления (ТОУ) часто возникает задача применения многоконтурных автоматических систем регулирования (АСР), одними из представителей которых являются каскадные АСР. Такие АСР обеспечивают достаточно высокое качество регулирования ТОУ, имеющих помимо выходных регулируемых координат, еще и дополнительные промежуточные координаты, которые могут быть использованы для организации вспомогательных контуров стабилизации. Вследствие этого каскадные АСР всегда имеют многоконтурную структуру и включают в свой состав два и более регулятора. При автоматизации химико-технологических объектов чаще всего используют двухконтурные каскадные системы.

На рисунке 1 изображена схема двухконтурной каскадной АСР в общем виде. На практике, как правило, рассматривается каскадная АСР с подачей возмущающего воздействия на

вход ТОУ по каналу управления (базовый случай), схема которой изображена на рисунке 2. Каскадная АСР общего вида может быть приведена к базовому виду, если взять передаточные функции по каналам возмущения равными:

$$W_e(s) = W_o(s), \quad (1)$$

$$W_{e1}(s) = W_{o1}(s). \quad (2)$$

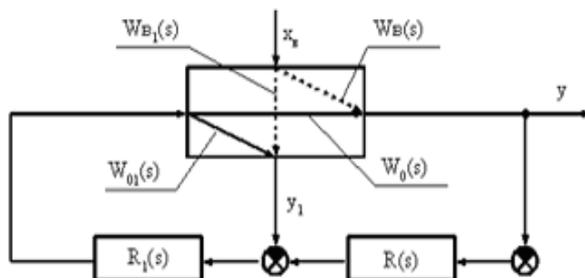


Рис. 1. Схема каскадной АСР в общем виде

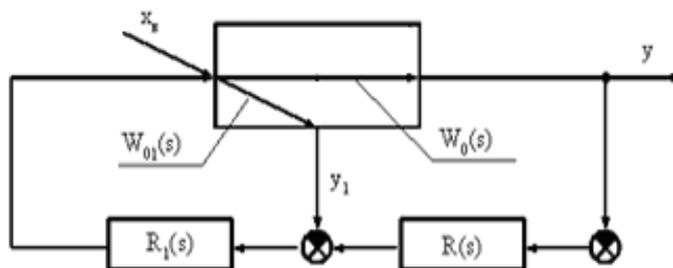


Рис. 2. Схема каскадной АСР при подаче возмущающего воздействия на вход ТОУ по каналу управления.

Параметрический синтез каскадных аналоговых систем управления.

Для получения передаточной функции замкнутой каскадной АСР по каналу возмущения используется формула Мейсона [1].

Для получения передаточной функции для расчета основной регулируемой переменной был построен соответствующий ей сигнальный граф (рис. 3), на котором отображены основные узлы системы и переходы между ними.

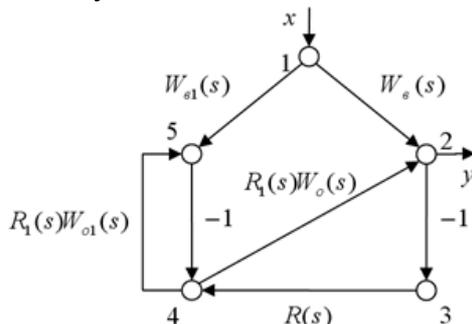


Рис. 3. Сигнальный граф каскадной АСР.

На построенном графе были выделены графы двух прямых каналов (рис. 4) и двух замкнутых цепей (рис. 5).

Т.к. все контуры соприкасаются (имеют общие ветви или вершины), то парные произведения и триады в формуле отсутствуют. Нет также в сигнальном графе контуров, не соприкасающихся с прямыми каналами, поэтому $\Delta_I(s) = 1$ и $\Delta_{II}(s) = 1$.

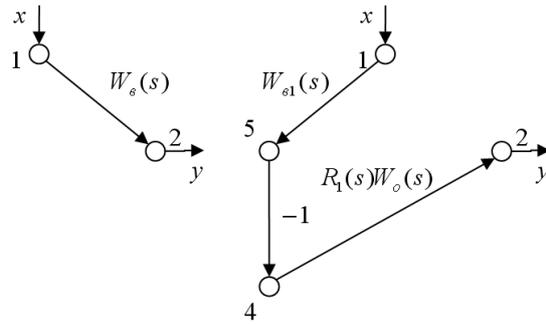


Рис. 4. Сигнальные графы прямых каналов

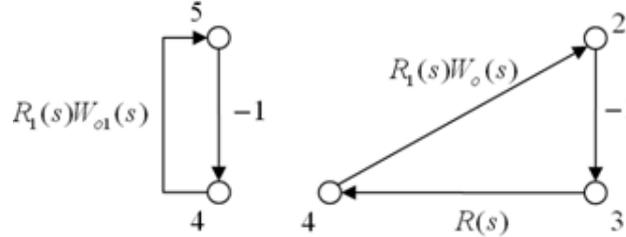


Рис. 5. Сигнальные графы замкнутых цепей

Таким образом:

$$W_I(s) = W_g(s), \quad (3)$$

$$W_{II}(s) = -W_{g1}(s)R_1(s)W_o(s), \quad (4)$$

$$\Delta(s) = 1 + R(s)W_{g1}(s) + R_1(s)W_{o1}(s), \quad (5)$$

$$\Delta_I(s) = \Delta_{II}(s) = 1. \quad (6)$$

Подставив (3), (4), (5) и (6) в формулу Мейсона[1] получим передаточную функцию замкнутой каскадной АСР:

$$W(s) = \frac{W_g(s) - W_{g1}(s)R_1(s)W_o(s)}{1 + R(s)R_1(s)W_o(s) + R_1(s)W_{o1}(s)}. \quad (7)$$

После подстановки

Аналогичным образом была получена передаточная функция для расчета вспомогательной регулируемой переменной. Был построен сигнальный граф (рис. 6) и выделены графы прямых каналов (рис. 7). Графы замкнутых контуров для этого случая те же, что и при расчете передаточной функции для основной переменной. В результате была получена передаточная функция каскадной АСР для расчета вспомогательной регулируемой переменной:

$$W(s) = \frac{W_{g1}(s) - W_g(s)R(s)R_1(s)W_{o1}(s)}{1 + R(s)R_1(s)W_o(s) + R_1(s)W_{o1}(s)}. \quad (8)$$

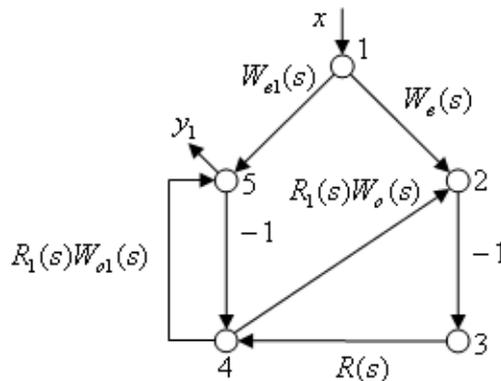


Рис. 6. Сигнальный граф каскадной АСР

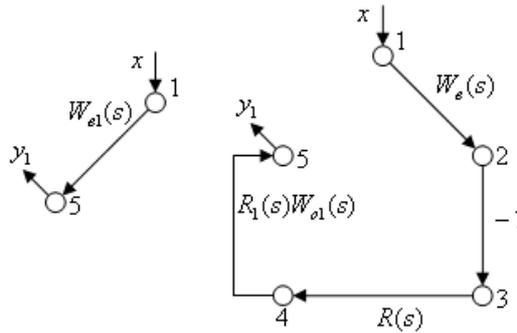


Рис. 7. Сигнальные графы прямых каналов

Эффективность работы АСР, как правило, определяют с помощью графика переходного процесса, в качестве примера рассмотрена каскадная АСР со следующими характеристиками:

$$W_o = 0,5 \frac{1}{1+4S} e^{-4S}, W_{o1} = 0,5 \frac{1}{1+12S} e^{-0,4S}, W_e = 0,5 \frac{1}{1+5S} e^{-3S}, W_{e1} = 0,5 \frac{1}{1+10S} e^{-0,3S}$$

Для данной АСР были рассчитаны параметры регуляторов по методике, описанной в книге [3]:

$$R = \frac{0,434 + 1,81S}{S}, R_1 = \frac{0,122 + 1,024S}{S}$$

После этого был построен переходной процесс каскадной аналоговой АСР (рис. 8):

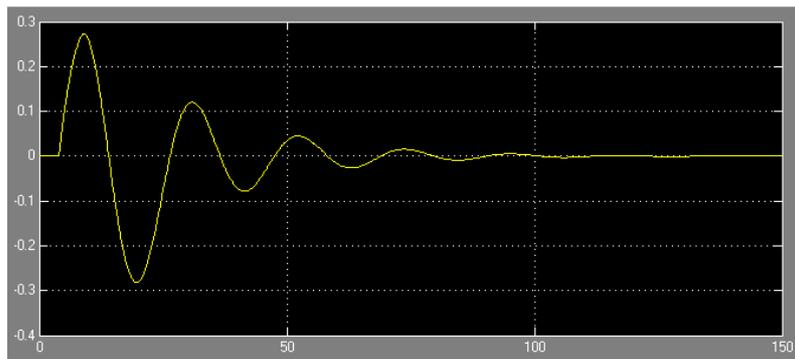


Рис. 8. Переходной процесс каскадной аналоговой АСР.

Параметрический синтез каскадных цифровых систем с использованием формулы Тастина

Непрерывная часть цепи задана в обычном виде передаточной функцией $W(s)$. Для отыскания дискретной передаточной функции $W(z)$ необходимо предварительно находить весовую функцию $w(t)$ из передаточной функции $W(s)$, а затем воспользоваться выражением:

$$w(z) = \sum_{k=0}^{\infty} w(kT) \cdot z^{-k}, \quad (9)$$

К дискретной передаточной функции от непрерывной можно перейти через таблицы соответствия изображения по Лапласу и Z-изображения. Этому непосредственному переходу от $W(s)$ к $W(z)$ соответствует условная запись:

$$W(z) = Z\{W(s)\}. \quad (10)$$

Способы получения дискретной передаточной функции по формулам (9) и (10) являются точными, но их применение для реальных систем второго порядка и выше затруднительно. Поэтому в практических расчетах импульсных систем используют приближенные способы перехода от передаточной функции $W(s)$ к дискретной передаточной функции $W(z)$. Эти способы основаны на замене производной во времени, фигурирующей в уравнении непрерывной части, первой разностью. Наиболее точный переход от непрерывной системы к дискретной обеспечивает подстановка Тастина [2]:

$$s = 2(z-1) / T(z+1). \quad (11)$$

Используя формулу Тастина передаточные функции каскадной аналоговой АСР, рассмотренной выше, были приведены к дискретному виду.

$$W_o = 0,5 \frac{T(z+1)}{9z-7} z^{-\frac{4}{T}}, W_{o1} = 0,5 \frac{T(z+1)}{25z-23} z^{-\frac{0,4}{T}}, W_e = 0,5 \frac{T(z+1)}{11z-9} z^{-\frac{3}{T}}, W_{e1} = 0,5 \frac{T(z+1)}{21z-19} z^{-\frac{0,3}{T}}.$$

$$R = \frac{(3,62T + 0,434T^2)z^2 + 0,868T^2z + 4 - 3,62T + 0,434T^2}{2Tz^2 - 2T},$$

$$R_1 = \frac{(2,048T^2 + 0,122T)z^2 + 0,244T^2z + 4 - 2,048T + 0,122T^2}{2z - 2}$$

Переходной процесс каскадной цифровой АСР, при T=1 (рис. 9):

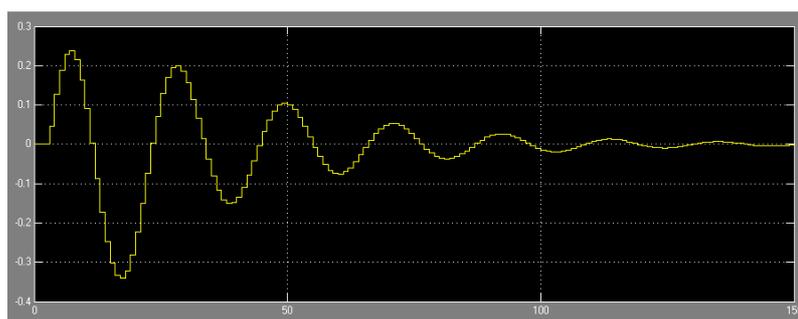


Рис. 9. Переходной процесс каскадной цифровой АСР.

1. Лукас В.А. Теория автоматического управления. М.: Недра, 1990. – 416 с.
2. Поляков К.Ю. Основы теории цифровых систем управления. Санкт-Петербург, 2006. – 260 с.
3. Дудников Е.Г. Автоматическое управление в химической промышленности. М.; Химия, 1987. 368 с.

КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС НА БАЗЕ СПЕКТРОАНАЛИЗАТОРА IFR-2399A ДЛЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО РАБОЧЕГО МЕСТА ОПЕРАТОРА ЭЛЕКТРОМАГНИТНОЙ ОБСТАНОВКИ

Р.А. Кислый, студент

Научный руководитель **М.А. Исаев**, аспирант каф. электроники

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Автоматизированное рабочее место (АРМ) диспетчера радиочастотного центра представляет собой часть информационной системы, осуществляющей мониторинг электромагнитной обстановки вблизи высоковольтного оборудования. АРМ на базе анализатора позволяет получать и производить первичную обработку данных характеризующих напряженность электромагнитного поля в широком динамическом диапазоне.

В работу диспетчера радиочастотного центра входит измерение электромагнитного поля, сохранение и изучение результатов с использованием математических методов обработки (формирование экспериментального материала).

С 1997 года в лаборатории электрофизики и электроэнергетики ИАПУ ДВО РАН ведутся работы по мониторингу собственных электромагнитных излучений трансформаторного оборудования класса 500, 220, 110 кВ на объектах МЭС Востока ФСК «ЕЭС России», ЛУТЭК, Зейской ГЭС и др., в том числе в контакте с Московским Электроставом. Выявлено, что ис-

точником электромагнитных излучений являются электрические разряды, возникающие как при нормальной работе оборудования, так и при деградации изоляции и других конструктивных элементов. Техническое состояние (ТС) изоляции оборудования связано с наличием, интенсивностью и распределением частичных разрядов (ЧР).

Точки на местности вблизи трансформатора, в которых будет располагаться аппаратура для регистрации ЭМИ, должны удовлетворять условиям технологической доступности и техники безопасности, их необходимо выбирать таким образом, чтобы обеспечить достоверность и стабильность получаемой информации.

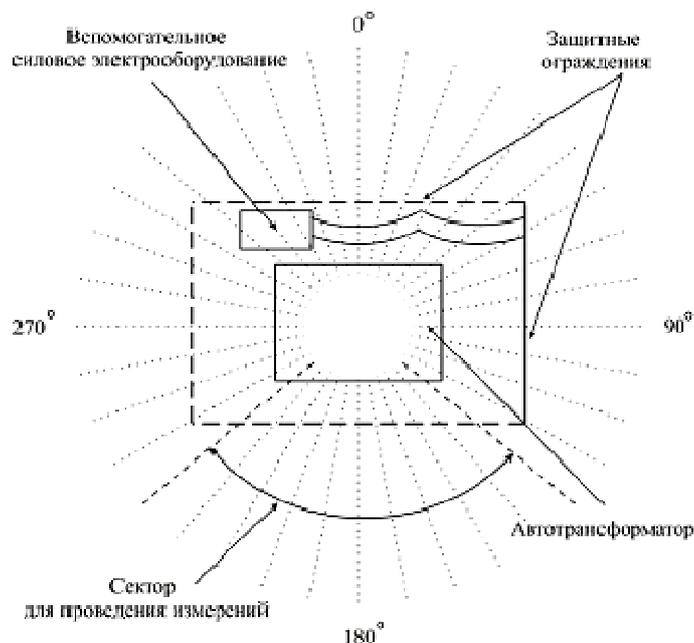


Рис. 1. Зона для измерения электромагнитных излучений

Методика диагностического обследования позволяет выявить проблемное оборудование, а проведение серии последовательных испытаний – судить о динамике его технического состояния (ТС). Анализ результатов мониторинга показывает, что обследования разового характера позволяют выявить оборудование с аномальными характеристиками и уверенно ранжировать его по уровню ТС.

Затраты на обследование собственных электромагнитных излучений трансформаторов минимальны. Этот метод дает возможность оперативно, под рабочим напряжением (в том числе в условиях низких температур), получить оперативную информацию об аномалиях ТС отдельных единиц оборудования, а также представлять основу для оценки динамики изменения ТС отдельной единицы оборудования.

Разрабатываемый аппаратно-программный комплекс необходим для сбора информации о техническом состоянии трансформаторов на протяжении длительного времени. Он позволит решить проблему хранения данных, систематизации, повысит эффективность мониторинга. Результаты мониторинга будут использоваться в лаборатории электрофизики и электроэнергетики ИАПУ ДВО РАН для уточнения методики диагностирования ТС высоковольтного оборудования на основе изменения его электромагнитных излучений.

К решаемым задачам проектирования относятся: сопряжение анализатора спектра и персонального компьютера; проектирование и разработка программного продукта, который позволяет управлять анализатором спектра, получать с него данные (в цифровом виде), систематизировать их в памяти компьютера; проектирование и разработка программного продукта для визуализации собранной информации об электромагнитной обстановке в виде диаграмм, графиков и таблиц.

В настоящее время комплекс разрабатывается на основе прототипа (состав представлен на рисунке 2) используемого в образовательном процессе для знакомства студентов ВГУЭС радиоэлектронных специальностей с современными методами исследования радиоизлучений.

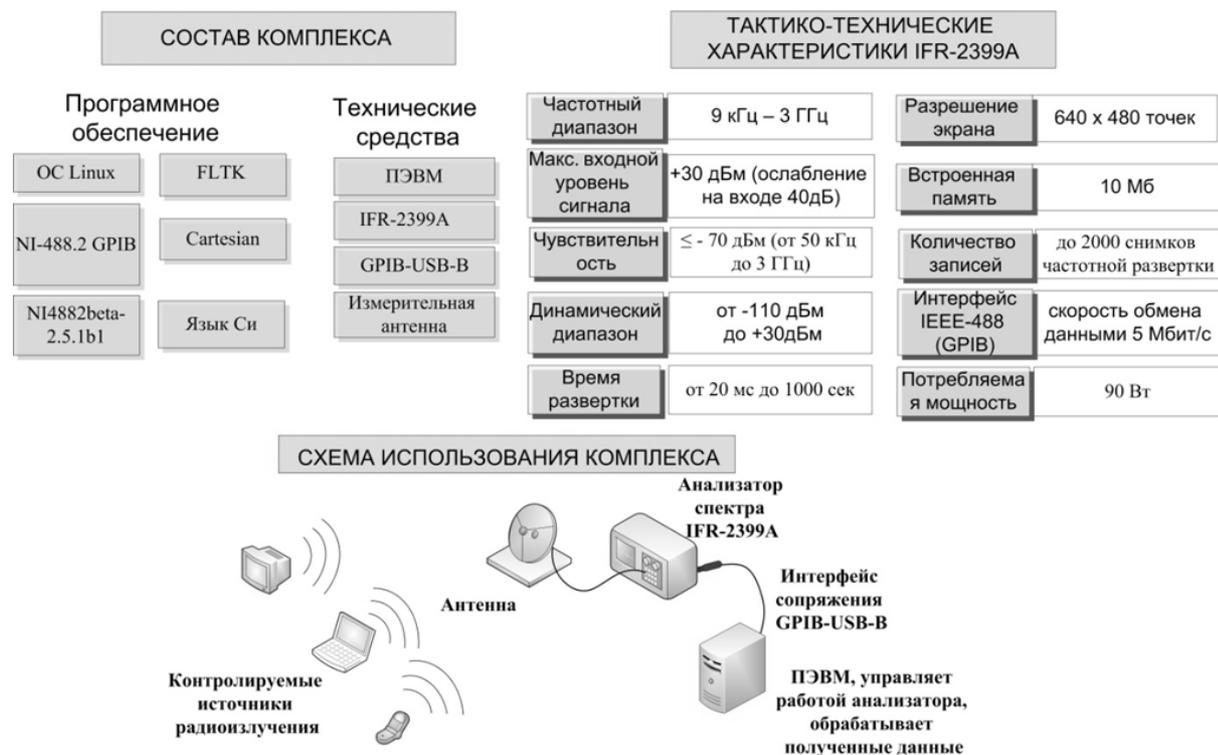


Рис. 2. Состав контрольно-измерительного комплекса для регистрации контролируемых источников излучений

Программно-аппаратный комплекс состоит из цифрового анализатора спектра (IFR-2399A), устройства сопряжения (GPIB-USB-B), которое позволяет подключить анализатор через интерфейс IEEE-488.2 к USB интерфейсу ПК, стационарный компьютер или ноутбук, под управлением ОС Linux, используется программа сопряжения анализатора и ПК, измерительная антенна.

Тактико-технические характеристики анализатора позволяют использовать его при исследовании радиоизлучений в большом диапазоне частот (9кГц-3ГГц), с высокой скоростью развертки и высокой чувствительностью.

При необходимости комплекс позволяет осуществлять непрерывный контроль с записью оцифрованного сигнала в долговременную память ПЭВМ, файл с результатом впоследствии может использоваться для анализа радиоизлучений.

При написании программы сопряжения использовались следующие библиотеки инструментов:

- Fast, Light Toolkit (FLTK) – кросс-платформенная библиотека инструментов с открытым исходным кодом для построения графического интерфейса пользователя (GUI). FLTK представляет собой библиотеку виджетов и работает на ОС UNIX/Linux X11, Microsoft Windows и MacOS;

- Cartesian – библиотека, основанная на FLTK графическом инструментарии, предназначена для отображения различных участков в пределах реальной X и Y координат;

- NI-488.2 GPIB Driver – драйвер, поддерживающий устройства National Instruments AT-GPIB/TNT, PCI-GPIB и PCI-GPIB+ cards;

- NI 488.2 beta -2.5.1b1 – драйвер устройства сопряжения.

В дальнейшем прототип будет дополнен необходимыми функциональными возможностями, путем применения более эффективных программных средств разработки, алгоритмов и математических методов обработки сигнала.

ПО будет разработано с использованием языка C++, кроссплатформенной библиотеки разработки QT (вместо FLTK), свободного программного обеспечения для обработки изображений и визуализации – VTK (имеет огромный набор средств построения двух- и трехмерных изображений). Результатом будет готовая программа для работы с анализатором спектра, систематизации и обработки регистрируемых данных. При математической обработке сигнала будут использоваться: сглаживание по Савицкому-Голаю (предварительная обработка сигнала), частотно-временные зависимости; преобразование Фурье; использование логарифмических и полулогарифмических координат.

На сегодняшний день, мониторинг трансформаторов, обеспечивающий постоянный контроль основных параметров в процессе эксплуатации, в мировой практике считается одним из наиболее эффективных направлений повышения надежности их работы.

Большинство причин аварий можно предотвратить, используя системы непрерывного мониторинга оборудования. Финансовые организации предлагают страховку и кредиты под залог трансформаторов при условии, что, например, установлен непрерывный мониторинг изменения концентрации газов растворенных в трансформаторном масле.

АВТОМАТИЗИРОВАННОЕ РАБОЧЕЕ МЕСТО РУКОВОДИТЕЛЯ МОЛОДЕЖНОГО ЦЕНТРА НА ПРИМЕРЕ ГОУ ВПО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»

Р.В. Ковбас, студент

Научный руководитель **Е.В. Кийкова**, старший преподаватель кафедры ИСПИ

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Молодежный центр Управления молодежной и социальной политики ВГУЭС (в дальнейшем МЦ УМСП ВГУЭС) – является структурным подразделением ВГУЭС без образования юридического лица, целью которого является создание оптимальной социокультурной среды направленной на творческое самовыражение и саморегуляцию личности студента.

Молодежный центр как структурное подразделение ГОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» осуществляет документооборот с другими структурными подразделениями ГОУ ВПО «ВГУЭС», а так же администрацией города Владивостока, администрацией Приморского края, федеральными службами Приморского края, ВУЗами Приморского края, Российской Федерации, а так же иностранными ВУЗами-партнерами.

Ежедневно руководителю МЦ приходится вести работу с большим объемом информации. В частности работу с персональными данными студентов – участников Молодежного центра и информацией по отработанным концертам, появляется необходимость в систематизации и быстром доступе к этим данным.

В настоящий момент информация о студентах(их принадлежность к коллективам, институтам) хранится в текстовом редакторе MS Office Word, а информация по участию студентов в мероприятиях в MS Office Excel.

Информация о студентах необходима для:

- формирования приказов на студентов;
- составления служебных записок по студентам;
- ходатайств;
- представлений;
- справок и других служебных документов.

В связи с этим возникает необходимость в автоматизации работы руководителя МЦ с информацией о студентах, для этого было принято решение создать автоматизированное рабочее место руководителя Молодежного центра ВГУЭС (АРМ руководителя МЦ ВГУЭС).

АРМ руководителя Молодежного центра предназначено для обработки данных по студентам-участникам молодежного центра, мероприятиям, в которых участвовал Молодежный центр УМСП ВГУЭС, формирование служебных документов по студентам-участникам.

АРМ руководителя Молодежного центра должно выдавать отчеты: списки коллективов и их руководителей, список студентов по коллективам, по институтам, списки по участвовавшим в мероприятиях, справки по пропускам занятий, вести учет приказов по каждому студенту.

В системе должен быть предусмотрен контроль вводимой информации, блокировка некорректных действий пользователя при работе с системой, обеспечение конфиденциальности хранимой информации.

Собственный АРМ необходим в связи с необходимостью хранения информации, которая не учитывается в корпоративной информационной системе учета студентов ВГУЭС:

- участие в творческом коллективе МЦ ВГУЭС;
- участие в мероприятиях МЦ ВГУЭС;
- мероприятия МЦ ВГУЭС и т.д.

В корпоративной информационной системе ВГУЭС такие данные по студентам как: номер мобильного телефона, фактическое место проживания вносятся еще при подачи документов студентами во время поступления и уже к концу первого полугодия не всегда являются достоверными, в связи с тем, что студенты меняют номера телефонов, а иногородние снимают квартиры и поэтому у них меняется адрес проживания. А эта информация необходима руководителю МЦ для оперативной работы с участниками Молодежного центра.

Автоматизация данной работы позволит экономить время при работе с документами, в которых необходимо заносить данные по студентам или получать перечень студентов, по различным критериям.

В свою очередь это увеличит производительность труда руководителя Молодежного центра и позволит уделять больше рабочего времени другим служебным обязанностям, за счет снижения времени на работу с документами.

Также это позволит привести все данные по студентам к единой форме.

РАЗРАБОТКА ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНИКА «КРИПТОГРАФИЧЕСКАЯ ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИИ, ДЛЯ СИСТЕМЫ ОТЧЕТНОСТЬ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ»

А.Н. Королев, студент

Научный руководитель **К.И. Дегтярев**, ассистент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

С развитием общества возрастает спрос на качественные образовательные услуги, позволяющие повышать квалификацию без отрыва от основной деятельности. Именно поэтому, с каждым днем появляются все больше и больше электронных пособий и учебников разных видов, таких как: электронные версии (копии) бумажных учебников, оцифрованные видеозаписи лекций, электронные версии (копии) справочников, словарей и энциклопедий, мультимедийные электронные учебники. Электронный учебник это наиболее комплексное средство обучения и контроля полученных знаний. Использование электронного учебника – это рациональное и эффективное обучение с помощью компьютера, где целью обучения являются не знания, а образ действий, реализуемый через умения.

Создаваемый электронный учебник будет служить инструментом для подготовки и проверки знаний специалистов и пользователей.

С каждым днем электронным документооборотом пользуются все больше и больше организаций, так как виртуальный документооборот выгоден и удобен как для налогоплательщика, так и для налоговых органов. И в связи с множественными подключениями, требуется больше

специалистов и администраторов системы, которых необходимо обучать и проверять профессиональные знания. Но плюс к этому нужно обучать и пользователей системы, у которых ежеквартально проходит отчетный период. Со временем система изменяется и совершенствуется, выходят новые обновления, изменяется интерфейс программного обеспечения, изменяется принцип отправки отчетности. Выход электронного учебника упростит работу в обучении специалистов и пользователей. Необходимая информация будет всегда под рукой.

Целью работы является разработка электронного учебника, предназначенного для обучения пользователей и специалистов формированию, шифрованию электронных писем и передаче их по защищенным, телекоммуникационным каналам связи. А также введение общих терминов и определений по системе «Отчетность через Интернет». Ознакомление с техническими, программными средствами выполняемыми функциями программного обеспечения. Использование современной компьютерной техники, специального программного обеспечения и технологий Интернет для повышения уровня автоматизации отправки налоговой и бухгалтерской отчетности.

Актуальность разработки заключается в том, что на данный момент аналогов учебника по данной теме не существует, есть некоторые инструкции, руководства, но в них нет нужной информации и они сложны для понимания. Поэтому пользователям системы приходится искать необходимый им материал повсюду: в интернете, в руководствах пользователя, книгах, брать теорию из «воздуха», что занимает массу времени и утрудняет понимание самой системы. Электронный учебник упростит процесс обучения и улучшит его.

Объектом изучения является специализированное программное обеспечение к системе «Отчетность», а именно: КриптоПро CSP, Почтовый Агент, Док Мастер, Отчеты, StatForm, ARM. Данные программы используются для обеспечения и автоматизации процесса юридически значимого, электронного документооборота между хозяйствующими субъектами (предприятиями) и государственными предприятиями с которыми они ведут обмен документами, регламентированный законодательством. В рамках разработки электронного учебника были реализованы следующие задачи:

- исследована предметная область и выявлены ее основные аспекты, входящая и исходящая информация;
- разработаны теоретические и практические материалы для пользователей учебника;

Назначением электронного учебника является автоматизация процесса обучения. Максимально и полно обеспечить пользователей теоретическими и практическими материалами для изучения и получения прикладных знаний, а также методическое, качественное и последовательное представление теоретического, практического материала. Запустив учебник и выбрав нужную главу, пользователи смогут наглядно изучить материал и приступить к отправке отчетности. Так же учебник можно будет установить на домашнем компьютере, что позволит изучить или повторить материалы дома в свободное от работы время.

Простота редактирования, наполнения и доработки учебника делает его безграничным источником знаний. Материалы можно совершенствовать и изменять.

Учебная работа включает в себя:

- подготовку специалистов – учебник подготовит и проверит на спец пригодность как новых, так и опытных специалистов;
- подготовку бухгалтеров – учебник подготовит пользователей системы в настройке ПО и отправке отчетности;

Структура разрабатываемого учебника заключается в следующем:

- лекционные материалы;
- практические материалы;
- дополнительные материалы. Это могут быть дополнительные сведения о системе, описание возможных ошибок;

– аудио и видео материалы. Это позволит более наглядно показать и изучить материал и более детально осмыслить решаемую задачу.

1. Сайт компании ЗАО «Сервер Центр» Электронный документооборот [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.serverc.ru.
2. Сайт АТЛС-2 Деловая сеть. Система услуг по обработке информации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.atlas-2.ru.
3. Сайт компании Крипто-Про. Защита персональных данных. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.cryptopro.ru.
4. Создание электронного учебника [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.booksmaking.ru.
5. Тилборг ван Х.К.А. Основы криптологии. Профессиональное руководство и интерактивный учебник.
6. Сайт Создаем электронный учебник [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.slideshare.ru.

МЕЖОСЕВЫЕ ДИФФЕРЕНЦИАЛЫ И БЛОКИРОВКИ МОСТОВ

Е.С. Макаров, студент

Научный руководитель **Е.Ф. Чубенко**, канд. техн. наук,
доцент кафедры сервиса и технической эксплуатации автомобилей

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является изучение особенностей применения различных типов блокировок дифференциалов.

Дифференциал предназначен для передачи, изменения и распределения крутящего момента между двумя потребителями и обеспечения, при необходимости, их вращения с разными угловыми скоростями.

Дифференциал является одним из основных конструктивных элементов трансмиссии. Возможно расположение дифференциала в трансмиссии автомобиля:

- в заднеприводном автомобиле для привода ведущих колес – в картере заднего моста;
- в переднеприводном автомобиле для привода ведущих колес – в коробке передач;
- в полноприводном автомобиле для привода ведущих колес – в картере переднего и заднего мостов;
- в полноприводном автомобиле для привода ведущих мостов – в раздаточной коробке.

Дифференциалы, используемые для привода ведущих колес, называются межколесными. Межосевой дифференциал устанавливается между ведущими мостами полноприводного автомобиля.

Конструктивно дифференциал построен на основе планетарного редуктора. В зависимости от вида зубчатой передач, используемой в редукторе, различают следующие виды дифференциалов: конический, цилиндрический и червячный. Конический дифференциал применяется в основном в качестве межколесного дифференциала. Цилиндрический дифференциал устанавливается чаще между осями полноприводных автомобилей. Червячный дифференциал, ввиду своей универсальности, может устанавливаться как между колесами, так и между осями.

Симметричный дифференциал распределяет крутящий момент по осям в равных соотношениях, независимо от величины угловых скоростей ведущих колес. Благодаря этим свойствам симметричный дифференциал используется в качестве межколесного дифференциала.

Несимметричный дифференциал делит крутящий момент в определенном соотношении, поэтому устанавливается между ведущими осями автомобиля.

В работе симметричного межколесного дифференциала можно выделить три характерных режима: прямолинейное движение, движение в повороте, движение по скользкой дороге.

При прямолинейном движении колеса встречают равное сопротивление дороги. Крутящий момент от главной передачи передается на корпус дифференциала, вместе с которым перемещаются сателлиты. Сателлиты, обегая полуосевые шестерни, передают крутящий момент на ведущие колеса в равном соотношении. Так как сателлиты на осях не вращаются, полуосевые шестерни движутся с равной угловой скоростью. При этом частота вращения каждой из шестерен равна частоте вращения ведомой шестерни главной передачи.

При движении в повороте внутреннее ведущее колесо (расположенное ближе к центру поворота) встречает большее сопротивление, чем наружное колесо. Внутренняя полуосевая шестерня замедляется и заставляет сателлиты вращаться вокруг своей оси, которые в свою очередь увеличивают частоту вращения наружной полуосевой шестерни. Движение ведущих колес с разными угловыми скоростями позволяет проходить поворот без пробуксовки. При этом, в сумме частоты вращения внутренней и наружной полуосевых шестерен всегда равны удвоенной частоте вращения ведомой шестерни главной передачи. Крутящий момент, независимо от разных угловых скоростей, распределяется на ведущие колеса в равном соотношении.

При движении по скользкой дороге одно из колес встречает большее сопротивление, тогда как другое проскальзывает – буксует. Дифференциал, в силу своей конструкции, заставляет вращаться буксующее колесо с увеличивающейся скоростью. Другое колесо при этом останавливается. Сила тяги на буксующем колесе, по причине низкой силы сцепления, мала, поэтому и крутящий момент на этом колесе тоже мал. А так как дифференциал симметричный, то на другом колесе крутящий момент тоже будет небольшим. Тупиковая ситуация – автомобиль не может сдвинуться с места.

Для продолжения движения необходимо увеличить крутящий момент на свободном колесе. Это осуществляется с помощью блокировки дифференциала.

Для того, чтобы заблокировать дифференциал, необходимо выполнить одно из двух действий: соединить корпус дифференциала с одной из полуосей или ограничить вращение сателлитов. В зависимости от степени блокирования блокировка дифференциала бывает полной или частичной.

Полная блокировка дифференциала предполагает жесткое соединение частей дифференциала, при котором крутящий момент может полностью передаваться на колесо с лучшим сцеплением.

Частичная блокировка дифференциала характеризуется ограниченной величиной передаваемого усилия между частями дифференциала и соответствующего ей увеличения крутящего момента на колесе с лучшим сцеплением.

Величина повышения крутящего момента на свободном колесе оценивается коэффициентом блокировки. Другими словами, коэффициент блокировки выражает отношение крутящего момента на отстающем (свободном) колесе к моменту на забегающем (буксующем) колесе. Для симметричного свободного дифференциала коэффициент блокировки равен 1, т.к. крутящие моменты на каждом из колес всегда равны. В заблокированном дифференциале коэффициент блокировки может находиться в пределах 3-5. Дальнейшее увеличение коэффициента блокировки нежелательно, т.к. может привести к поломке элементов трансмиссии.

Блокировка дифференциала может осуществляться принудительно и автоматически. Принудительная блокировка дифференциала производится по команде водителя, поэтому другое ее название ручная блокировка. Автоматическая блокировка дифференциала выполняется с помощью специальных технических устройств – самоблокирующихся дифференциалов.

Принудительная блокировка дифференциала производится, как правило, с помощью кулачковой муфты, обеспечивающей жесткое соединение корпуса дифференциала и одной из полуосей. Замыкание (размыкание) кулачковой муфты производится с помощью механического, электрического, гидравлического или пневматического привода.

Самоблокирующийся дифференциал (другое название – дифференциал повышенного трения, Limited Slip Differential, LSD) по своей сути является компромиссом между свободным дифференциалом и полной блокировкой дифференциала, т.к. позволяет реализовать при необходимости возможности и того и другого.

Различают два вида самоблокирующихся дифференциалов:

- дифференциалы, блокирующиеся от разности угловых скоростей колес;
- дифференциалы, блокирующиеся от разности крутящих моментов.

К первым относятся дисковый дифференциал, дифференциал с вязкостной муфтой, а также электронная блокировка дифференциала. Блокируется в зависимости от разности крутящих моментов червячный дифференциал.

Принцип действия дифференциала повышенного трения дискового типа основан на силе трения, возникающей вследствие разности скоростей вращения полуосей.

Простейший дисковый дифференциал представляет собой симметричный дифференциал, в который добавлены один или два пакета фрикционных дисков. Часть фрикционных дисков жестко связана с корпусом дифференциала, другая часть – с полуосью.

Вязкостная муфта (другое наименование – вискомуфта) представляет собой набор близко расположенных друг к другу перфорированных дисков, часть из которых жестко соединяется с корпусом дифференциала, другая часть – с приводным валом. Диски помещены в герметичный корпус, заполненный силиконовой жидкостью высокой вязкости.

Электронная блокировка дифференциала (или просто электронный дифференциал) является функцией антипробуксовочной системы. Реализуется путем автоматического подтормаживания буксующего колеса, сопровождаемого увеличением на нем силы тяги. Соответственно на колесе с лучшим сцеплением увеличивается крутящий момент.

Червячный самоблокирующийся дифференциал обеспечивает автоматическую блокировку в зависимости от разности крутящих моментов на корпусе и полуоси (приводном вале). При проскальзывании колеса, сопровождаемом падением крутящего момента, червячный дифференциал блокируется и перераспределяет крутящий момент на свободное колесо. Блокировка при этом частичная, а ее степень зависит от величины падения крутящего момента.

Известными конструкциями червячных дифференциалов являются дифференциал Torsen (от сокращенного Torque Sensing – чувствительный к крутящему моменту) и дифференциал Quaife. Конструкции данных дифференциалов представляют собой планетарный редуктор, состоящий из червячных шестерен: ведомых (полуосевых) и ведущих (сателлитов). Сателлиты могут располагаться параллельно полуосям (Quaife, Torsen T-2) или перпендикулярно полуосям (Torsen T-1).

Особенностью червячной шестерни является то, что она может приводить во вращение другие шестерни, а сама не может вращаться от других шестерен. Данное свойство используется для частичной блокировки червячного дифференциала.

Червячные самоблокирующиеся дифференциалы широко применяются как в качестве межколесных, так и межосевых дифференциалов.

Резюмируя вышесказанное, следует обратить внимание на то, что при всем разнообразии конструкций блокировок дифференциалов, у каждой из них можно найти как достоинства, так и недостатки. Так, например, к недостаткам дифференциала повышенного трения можно отнести то, что небольшой коэффициент блокировки не позволяет передать крутящий момент на колесо, имеющее больший коэффициент сцепления в тяжелых дорожных условиях, что ухудшает проходимость автомобиля, а также наличие в таком дифференциале фрикционных элементов предъявляет повышенные требования к качеству масла и требует периодической замены фрикционных элементов. В то же время жесткая блокировка увеличивает риск поломки полуосей, приводов и не позволяет использовать ее на твердом покрытии, т.к. это значительно увеличивает износ трансмиссии автомобиля и вызывает сложности в управлении.

АВТОМОБИЛЬНЫЕ МАСЛА: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

А.Н. Малий, студент

Научный руководитель **Е.Ф. Чубенко**, канд. техн. наук,
доцент кафедры сервиса и технической эксплуатации автомобилей

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является изучение применимости моторных масел в двигателях современных автомобилей.

Моторное масло обеспечивает смазку всех движущихся деталей двигателя, покрывая их защитной пленкой, которая сокращает износ и трение, следовательно, больше энергии передается на колеса. Также оно предохраняет детали двигателя от грязи, вредных отложений и коррозии.

Моторное масло – это смесь масляной основы и присадок. Основа получается либо из нефти (минеральные автомасла), либо путем химического синтеза (синтетические автомасла), либо же путем смешивания в разных пропорциях минеральной и синтетической основ (полусинтетические автомасла). Сама по себе, основа обладает базовым набором смазочных и эксплуатационных свойств, но использование ее в двигателе невозможно без добавления различных присадок, позволяющих учесть разные режимы и срок эксплуатации двигателя.

Присадки – это вещества, которые добавляются в моторное масло с целью усиления, ослабления и стабилизации определенных существующих свойств и характеристик моторного масла, или же для приобретения маслом новых свойств, необходимых для нормальной работы двигателя.

Присадки, добавляющиеся в моторное масло при производстве, выполняют разные задачи, от стабилизации вязкости при определенных температурах до очистки внутренних деталей двигателя. Фирмы-производители моторных масел не разглашают состав и свойства своих присадок – это их коммерческая тайна, собственно, обычному потребителю это и не нужно. Важно то, что сбалансированный набор этих присадок в конкретной марке масла должен соответствовать определенным стандартам, принятым во всем мире, а также дополнительным требованиям к составу моторного масла производителей автомобилей.

Таким образом, именно сбалансированный набор присадок, которые содержатся в отдельно взятом моторном масле и делают его пригодным для использования в каком-то конкретном двигателе.

В зависимости от разных свойств, моторные масла делятся на группы по определенным параметрам:

- по химическому составу основы (минеральные, полусинтетические и синтетические);
- по вязкости (классификация SAE);
- по набору присадок и качеству (классификация API и ACEA);
- по допускам производителей автомобилей.

Следует заметить, что все вышеперечисленные категории прямо не описывают какое масло лучше, а какое хуже – все эти масла просто разные и подходят для разных двигателей. Поэтому для того, чтобы правильно выбрать моторное масло для автомобиля, нужно знать, какое масло подходит двигателю. Исключением, пожалуй, является первая категория – химический состав основы, поскольку производители автомобилей редко настаивают на использовании какой-то конкретной основы из существующих.

В современном автомобильном сообществе прочно устоялись различные мифы об автомобильных маслах, наиболее часто встречаются следующие:

- нельзя заливать полностью синтетическое масло в двигатель, если раньше туда было залито минеральное – оно свернется;
- перед заливкой нового масла не обязательно промывать двигатель;
- нельзя заливать синтетическое масло в старый двигатель, т.к. можно его испортить;
- добавление присадок в масло улучшает его эксплуатационные свойства;

- по цвету и запаху масла можно определить его качество;
- в летнее время года нужно лить более вязкое масло.

В реальности же все несколько иначе, поскольку производители масел заявляют о том, что современные масла допустимо смешивать. Так, например, допускается смешивание минерального и полусинтетического масел и даже минерального с синтетическим. Причем не только одного, но и разных производителей. Исключением являются только масла на основе гликолей, но они в настоящее время не выпускаются. Однако полученная смесь не может соответствовать хоть каким-нибудь стандартам или требованиям. Поэтому нужно понимать, что любое смешивание разных масел – это крайняя мера.

При заливке нового масла обязательно промывать двигатель с целью полного удаления остатков старого масла и отложений в масляной системе двигателя, однако делать это лучше всего не с помощью быстрых промывок или промывочного масла, а с использованием того же масла, на котором двигатель будет в дальнейшем эксплуатироваться. Быстрые промывки могут нанести вред двигателю, т.к. представляют собой смесь керосина и различных растворителей, которые вызывают деформацию резинотехнических деталей двигателя. Промывочные масла обычно представляют собой низкокачественно масло и смешивание остатков этих масел с новым маслом нежелательно, т.к. существенно ухудшает эксплуатационные свойства масла.

Синтетическое масло можно использовать в старых двигателях, если параметры этого масла попадают в диапазон параметров, рекомендованных производителем двигателя. Большинство инструкций по эксплуатации автомобилей содержат указание на то, что кроме рекомендованного класса масел по API допустимо применение масел более современных, например, масла класса SL вместо SJ. Главным эксплуатационным отличием синтетического моторного масла от минерального является более высокий уровень стабильности его свойств и характеристик при различных температурах и длительной эксплуатации.

Что касается присадок в масло, то следует обратить внимание на то, что производители масел и двигателей не рекомендуют их использование. Это основано на различных лабораторных испытаниях присадок, которые показывают, что эффективность присадок крайне низка и их применение не оправданно и носит скорее эффект плацебо, а в некоторых случаях способно в значительной мере ухудшить эксплуатационные характеристики масла и нанести серьезный урон двигателю. Двигатель автомобиля – очень сложный механизм и при его разработке учитывается каждая, на первый взгляд, мелочь. И химический состав моторного масла – одна из главных таких «мелочей». Материалы, используемые в производстве внутренних деталей двигателя, скорость трения, коэффициент сжатия, рабочие температуры в разных режимах работы и многие другие параметры у разных двигателей отличаются, а потому для разных двигателей разных производителей – различные требования к набору присадок, которые могут и должны присутствовать в моторном масле.

Цвет и запах масла не может указывать на его качество и органолептическими методами определить состав масла невозможно. Пробовать масло на вкус не стоит, в состав некоторых масел входят токсичные компоненты.

Использование более вязкого масла в летнее время года не оправданно, т.к. вязкость автomasла должна соответствовать требованиям автопроизводителя, не зависимо от возраста, пробега и бюджета.

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что, не смотря на бытующие в мире автомобилистов мифы, а также рекламу производителей масел и присадок, единственным критерием выбора масла для двигателя является рекомендация производителя этого двигателя. Только это является гарантией долгой службы двигателя.

ЭЛЕКТРОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФАЗАМИ ГАЗОРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДВИГАТЕЛЕЙ ВНУТРЕННЕГО СГОРАНИЯ

А.А. Маренец, студент

Научный руководитель А.А. Яценко, доцент кафедры сервиса и технической эксплуатации автомобилей
Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток

Газораспределение – это ничто иное как процесс впуска в цилиндры двигателя свежего заряда топливно-воздушной смеси и выпуска отработавших газов. Мощность и крутящий момент, расход топлива и токсичность выхлопов напрямую зависят от эффективности газораспределения, т.е. на сколько эффективно цилиндры наполняются свежим топливом и насколько эффективно избавляются от продуктов ее сгорания.

Вступление

В Японии существуют налоги на объём двигателя, заставляя производителей выпускать высокопроизводительные двигатели с относительно маленьким рабочим объёмом. В спортивных машинах как Toyota Supra и Nissan 300ZX мощность достигается турбонаддувом, Mazda RX-7 и RX-8 используют высокооборотистый роторный двигатель. VTEC – это ещё один подход к созданию мощного, малообъёмного двигателя.

Краткая история

Впервые фирменную систему компания Honda стала устанавливать на двигатели болидов F1, а позже успешно применила новинку на серийном автомобиле Honda Integra. Именно этот автомобиль в 1989 году стал первым носителем двигателя с ДОНС VTEC – легендарного V16A, который выдавал 100 безнаддувных лошадиных сил с одного литра рабочего объёма, но при этом отличался хорошей тягой на низких оборотах, экономичностью и взрывным характером.

Итак, это был первый в мире двигатель, позволяющий изменять параметры работы двигателя во время движения автомобиля. С появлением системы VTEC инженеры Honda установили качественно новый стандарт в производстве бензиновых двигателей.

Секрет VTEC

Секрет VTEC – 3 кулачка на 2 клапана. В обычном режиме работают два крайних маленьких кулачка, а когда срабатывает VTEC в действие приводится центральный, загоня клапана глубже и дольше.

Конечно, экономия условная и напрямую зависит от уровня втапывания педали газа в пол. Например, ДОНС VTEC при щадящем режиме потребляет около 9,5 литров на 100 км в городском цикле. А 3-stage VTEC при постоянной скорости 60 км/ч потребляет 3,5 литра на 100 км.

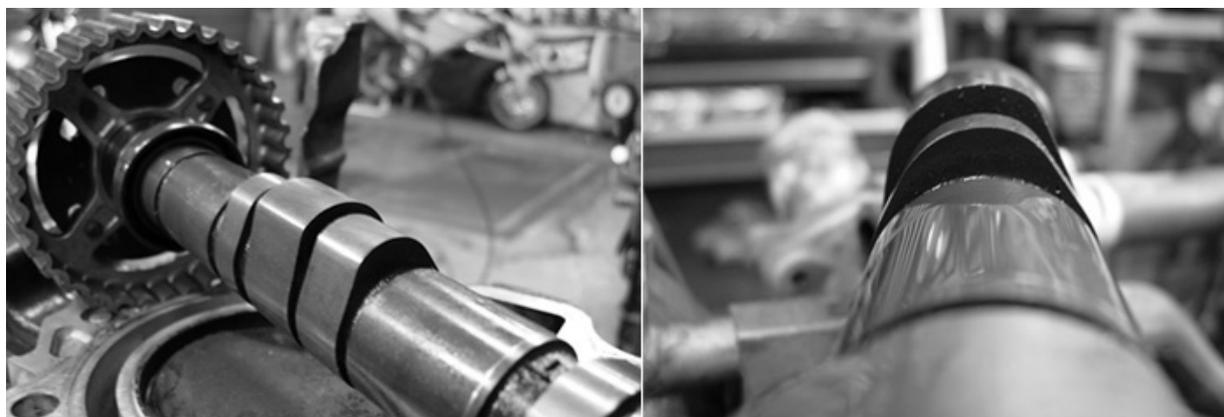


Рис. 1. Кулачки распредвала VTEC:

Разновидности VTEC

На сегодняшний день существует несколько разновидностей системы VTEC. Вопреки общему мнению, что VTEC работает исключительно ради увеличения мощности скажу, что есть две основные подкатегории – экономичный VTEC и мощный VTEC. Итак, разновидности:

- DOHC VTEC 1989-2001 гг., самый мощный в семействе VTEC до 2001 года.
- SOHC VTEC 1991-2001 гг., середнячок, более простая конструкция по сравнению с DOHC VTEC, но и менее мощная.
- SOHC VTEC-E 1991-2001 гг., самый экономичный VTEC, лишен взрывного характера.
- 3-stage VTEC 1995-2001 гг., совместил SOHC VTEC и VTEC-E, в отличие от них различает низкие, средние и высокие обороты.
- DOHC i-VTEC с 2001 года.
- DOHC i-VTEC I с 2001 года.
- SOHC i-VTEC с 2006 года.
- 3-stage i-VTEC (только на «гибридах») с 2006 года.

Варианты с приставкой «i» являются потомками первых систем VTEC и используются на современных двигателях Honda. Intelligent VTEC или i-VTEC появился в начале 2001 года, как раз в момент появления 7 поколения Honda Civic и с некоторыми доработками работает на последних автомобилях Honda. Многие говорят что i-VTEC растеряла былую славу а резкий подхват после 5000 уже совсем не резкий. Не буду спорить, но ситуация в 8 поколении мне кажется уже исправлена.

Начнем с того, что принцип работы различных VTEC немного различается. Поэтому будем рассматривать особенности каждого вида VTEC отдельно.

DOHC VTEC, SOHC VTEC

Почему DOHC и SOHC VTEC мы рассматриваем вместе? Да все потому-что принцип работы у них абсолютно одинаковый с тем лишь различием, что на двигателях с DOHC система VTEC используется как на впуске, так и на выпуске, когда как на одновальной версии SOHC система VTEC установлена только на впуске.

Так как же работает наш пресловутый VTEC? Вспомним, что на каждый клапан в цилиндре приходится свой кулачок на распредвале. Все двигатели с системой VTEC имеют два впускных клапана и два выпускных на каждый цилиндр. Вроде и кулачков должно быть столько же сколько и клапанов? Да, но не в случае с VTEC. На «втековых» двигателях на каждую пару клапанов приходится 3 кулачка – два обычных крайних и один центральный.

Как мы и упоминали ранее для каждой пары клапанов предусмотрена группа из трех кулачков, а не двух, как на обычных двигателях. Два внешних кулачка отвечают за работу двигателя на низких оборотах, а центральный подключается на высоких оборотах. Обратите внимание, что кулачки воздействуют на клапана не непосредственно, а через так называемые коромысла/рокеры, которых тоже три на два клапана.

До тех пор пока система VTEC отдыхает, каждый рокер работает независимо друг от друга. Внешние кулачки обеспечивают открытие клапанов, а центральный кулачок, хотя и вращается вместе с остальными, но до поры до времени работает в холостую. Как только двигатель переходит в режим высоких оборотов.

Посредством давления масла система смещает специальные поршеньки (synchronizing pin) внутри рокеров таким образом, что все три рокера превращаются в одну единую конструкцию. До этого работавший вхолостую кулачок вступает в игру. Теперь два крайних рокера начинают работать по законам центрального кулачка, загоняя клапана глубже и на дольше.

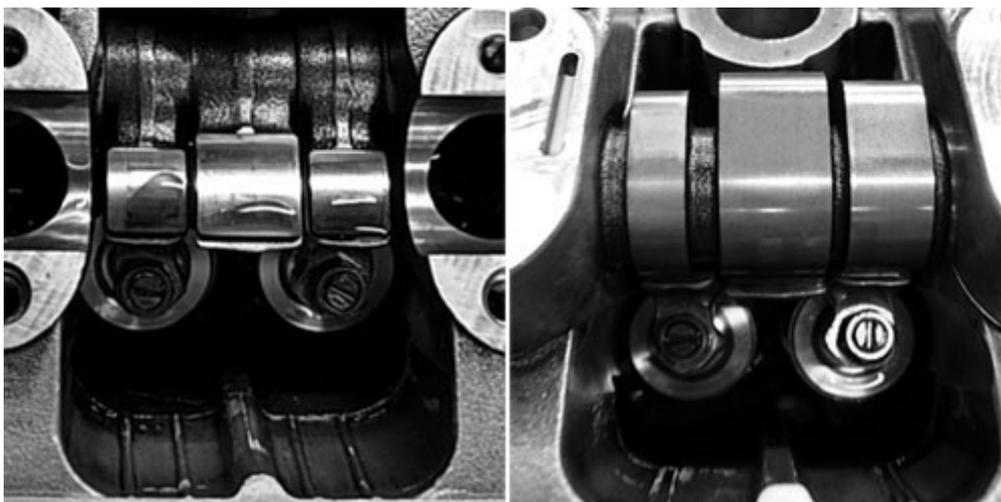


Рис. 2. Слева – рокеры, справа – группа кулачков (над рокерами)

Таким образом, в режиме VTEC в цилиндры поступает больше топливно-воздушной смеси, и как следствие, значительное увеличение мощности.

SOHC VTEC-E

Если классический VTEC был настроен на максимальную производительность, то перед VTEC-E ставились совсем иные задачи – экономия топлива о чем и говорит приставка «E» – есопот. Вы знаете, на сколько максимально инженеры Honda использовали производительный потенциал двигателей с классическим VTEC, на столько же хорошо им удалось построить мотор со скромным аппетитом. В городском цикле автомобиль оснащенный двигателем с VTEC-E потребляет около 6,5-7 литров бензина на 100 км пути. Это поистине выдающийся результат, учитывая то, что такие двигатели Honda устанавливала на полноценные автомобили весом не менее тонны, а сам полторалитровый мотор выдавал около 115 лошадиных сил. Что касается отжига, то данный тип двигателей напрочь лишен драйверских ощущений.

Такой результат достигли за счет того, что на малых оборотах двигатель работает на обедненной топливно-воздушной смеси, которая поступает в его цилиндры только через один впускной клапан. Да, да – именно один! Если при классическом VTEC применяется дополнительный третий кулачок, то в случае с VTEC-E один из двух кулачков на низких оборотах попросту отключен. Попадая в цилиндр только через один клапан рабочая смесь начинает интенсивно завихряться, благодаря чему сгорание становится более эффективным и устойчивым. При увеличении оборотов (2500 оборотов и выше) срабатывает система VTEC и, только тогда, оба клапана начинают совместную работу.

3-stage VTEC-E

Газораспределительный механизм 3-stage SOHC VTEC представляет собой объединение системы SOHC VTEC и SOHC VTEC-E. В отличие от всех вышеописанных систем эта имеет не два режима работы, а три. В зоне низких оборотов система обеспечивает экономичный режим работы двигателя на обедненной топливно-воздушной смеси. В этом случае используется только один из впускных клапанов. На средних оборотах в работу включается второй клапан, но фазы газораспределения и высота подъема клапанов не изменяются. Двигатель в этом случае реализует высокий крутящий момент. На режиме высоких оборотов оба клапана управляются одним центральным кулачком, отвечающим за снятие с двигателя максимальной мощности.

DOHC i-VTEC или «двухвальный дьявол» от Honda

На сегодняшний день DOHC i-VTEC – это вершина технологий, которые Honda применяет к дорожным автомобилям. Civic Type R, Civic Si, RSX Type S, Accord Euro-R, S2000 – все они связаны красным сердцем под названием DOHC i-VTEC.

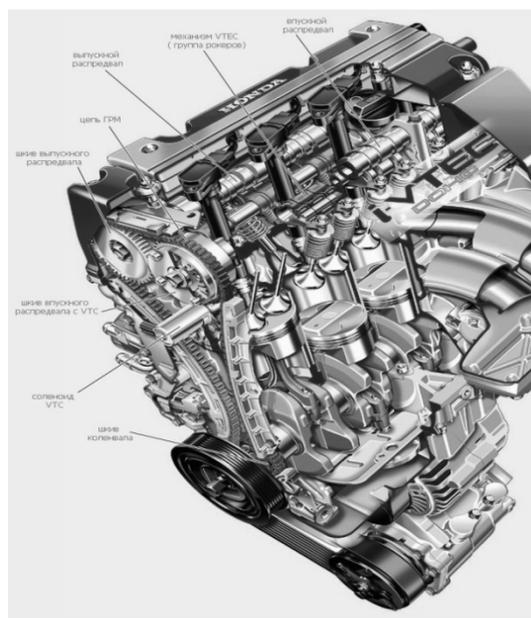


Рис. 3. Двигатель Honda с DOHC i-VTEC

Таблица 1

Разновидности DOHC i-VTEC

Система	Тип VTEC	VTC
DOHC i-VTEC	VTEC на впуске и выпуске. Момент срабатывания VTEC – 5800 об.мин.	на впускном распредвале
DOHC i-VTEC I	VTEC-E на впуске, выпускной распредвал стандартный. Момент срабатывания VTEC – 2500 об.мин.	на впускном распредвале

По большому счету префикс «i» в названиях системы подразумевает, что в паре с системой VTEC работает VTC.

DOHC i-VTEC I

Немного по другому работает VTEC-E – составляющая системы DOHC i-VTEC I. Если DOHC i-VTEC настроен на максимальную производительность, то главная задача для DOHC i-VTEC I – экономия топлива при «достойной тяге».

Устройство и принцип работы VTEC в DOHC i-VTEC I

Суть системы в том, что на малых оборотах двигатель работает на обедненной топливо-воздушной смеси, которая поступает в его цилиндры только через один впускной клапан, тем самым превращая 16-клапанный 4-х цилиндровый двигатель в 12-ми клапанный. Если у DOHC i-VTEC применяется дополнительный третий кулачок, то в случае с DOHC i-VTEC I один из двух кулачков на низких оборотах попросту отключен. Попадая в цилиндр только через один клапан рабочая смесь начинает интенсивно завихряться, благодаря чему сгорание становится более эффективным и устойчивым. При увеличении оборотов (2500 оборотов и выше) срабатывает система VTEC и, только тогда, оба клапана начинают совместную работу.

VTC

VTC – это та дополнительная составляющая, которая превращает DOHC VTEC в новый «DOHC i-VTEC» и «VTEC-E» в «DOHC i-VTEC I». Это механизм, который доворачивает впускной распределительный вал относительно выпускного с помощью давления масла.

Аббревиатура VTC расшифровывается как Variable Timing Control, что в переводе означает «Система изменения фаз газораспределения». Устанавливается только на впускном распредвале.

Если система VTEC с помощью дополнительного кулачка позволяет вогнать клапаны глубже и незначительно увеличивает время открытого состояния, то VTC дает возможность повернуть распредвал таким образом, что клапаны откроются раньше, что способствует более эффективному продуванию цилиндров.

Исполнительная часть системы VTC интегрирована в шкив впускного распредвала. Если обычный шкив это цельная конструкция, один кусок металла, то шкив VTC состоит из нескольких частей.

Одна из частей – корпус шкива VTC, который жестко закреплен цепью ГРМ со шкивами выпускного и коленчатого валов. Другая часть – лопатка шкива VTC – деталь которая имеет свободный ход внутри шкива VTC и которая жестко закреплена с впускным распредвалом. Полость внутри корпуса шкива VTC, в которой лопатка имеет свободный ход заполнена моторным маслом. Подвод масла в полость шкива организована с двух сторон от лопатки. Таким образом, подавая давление масла в одну из сторон мы крутим лопатку в другую сторону. А воздействуя на лопатку шкива VTC мы напрямую воздействуем на распредвал с кулачками и, как следствие, изменяем угол положения впускных кулачков относительно выпускных.

Роль управляющего в этом процессе играет соленоид VTC. Получая данные о нагрузке на двигатель с ECU соленоид направляет давление масла в одну из сторон.

К соленоиду VTC подведено моторное масло, которое имеет определенное системное давление, которое передается соленоиду VTC. Внутри соленоида происходит разделение направления масла на два канала – назовем их условно красный канал и желтый канал. Оба из этих каналов ведут от соленоида к полости шкива VTC, в котором лопатка шкива VTC имеет свободный ход. Красный канал подведен с одной стороны лопатки шкива, а желтый – с другой.

Угол перекрытия (перекрытие клапанов) – это угол положения впускных клапанов относительно выпускных, при котором впускные и выпускные клапаны одновременно открыты. Проще говоря, это момент времени, когда впускные и выпускные клапаны одновременно открыты.

В зависимости от условий работы двигателя соленоид направляет давление масла либо в красный либо в желтый канал. И если давление направлено, например, в красный канал, то с желтого канала происходит слив – воздействуя на лопатку шкива с одной стороны, система заставляет лопатку выдавливать масло с другой стороны.

На холостых оборотах и на низких оборотах при малой нагрузке двигателя система VTC доводит угол перекрытия клапанов до минимума, чтобы двигатель работал стабильно. При увеличении нагрузки система плавно увеличивает угол перекрытия. На высоких оборотах при большой нагрузке система доворачивает распредвал (увеличивает угол перекрытия) до максимально возможного уровня. Величина угла перекрытия клапанов зависит от модели двигателя и как правило находится в пределах 25 – 50 градусов.

На самом деле, новый DOHC i-VTEC в обоих его проявлениях это старый добрый VTEC дополненный новой интеллектуальной «фишкой» VTC. И именно за счет VTC моторы с DOHC i-VTEC (оба подвида) стали работать гораздо эластичнее моторов с VTEC первого поколения и имеют больше тяги на низких оборотах.

СОЗДАНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ РАБОТЫ АБОНЕНТСКОГО ОТДЕЛА КОМПАНИИ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩЕЙ УСЛУГИ СВЯЗИ

Д.М. Марохонько, студент

Научный руководитель **В.М. Гриняк**, канд. техн. наук,
доцент, заведующий кафедрой информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является создание автоматизированной системы планирования работы абонентского отдела компании, предоставляющих услуги связи

Основными задачами являются:

- создание базы данных для хранения информации;
- написание СУБД, в среде Delphi,
- написание клиентской части на ASP.NET для доступа через Web интерфейс.

Требования к создаваемой базе данных: четкая и логичная структура базы данных, наличие логически грамотных связей между компонентами структуры данных, возможность получения информации из базы.

Требования к СУБД: возможность добавления нового клиента, редактирование информации о клиенте, удаление записи, добавление новой учетной записи.

Возможен доступ к базе и просмотр заявок через Интернет.

Возможности пользователя программой: редактирование клиента (не все поля), поиск клиента в базе, распечатка заявок

Возможности администратора: добавление нового клиента в базу, удаление клиента, редактирование клиента (все поля), поиск клиента в базе, добавление новой учетной записи, редактирование учетной записи, удаление учетной записи, распечатка заявок



Рис. 1. Организационная структура предприятия

Добавление нового клиента в базу. Пользователю открывается форма для добавления нового клиента в базу, где нужно ввести всю необходимую информацию о клиенте и указать мастера, который будет заниматься данной заявкой. После чего записи присваивается идентификационный номер и заявка заносится в базу.

Как осуществляется принцип добавление новой заявки? Пользователю открывается форма для добавление новой заявки, далее в форме необходимо заполнить нужные поля, такие как: ФИО, адрес, телефон, услугу, выбрать мастера который будет заниматься данной заявкой и по необходимости написать заметку, после этого присваивается идентификационный номер и дата добавления заявки.

При регистрации нового пользователя необходимо ввести логин, пароль и указать группу к которой он будет относиться. После чего пользователь будет добавлен в базу.

Принцип работы регистрации пользователя, администратор вводит логин, пароль и выбирает группу к которой будет относиться новый пользователь (Администратор, Пользователь). Если пользователя нужно заблокировать, то надо выбрать соответствующий пункт.

После этого новый пользователь может начать работу с программой. Присутствует удобная возможность работы через Web интерфейс. На сервере находится Web клиент, написанный на ASP. Доступ к базе можно получить непосредственно через интернет, но в отличие от локального клиента написанного на Delphi, Web клиент имеет ограниченные возможности. Чтобы получить доступ к базе необходимо зайти под своей учетной записью. В открывшемся окне будут отображены заявки пользователя.

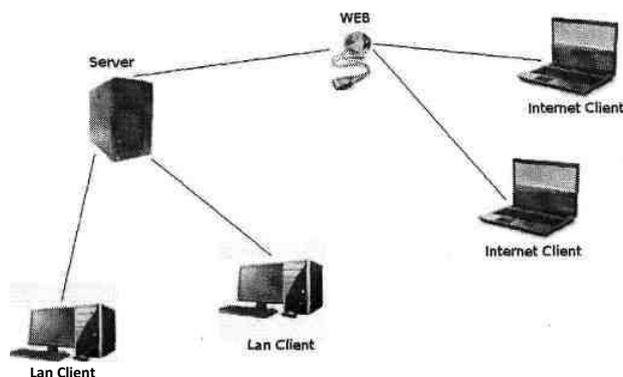


Рис. 2. Схема работы с программой

В программе можно производить поиск двумя способами – это быстрый поиск. В основном окне программы есть поле для поиска, в которое мы можем ввести интересующую для нас информацию, такую как: ФИО, адрес, телефон. А так же расширенный поиск. В расширенном поиске открывается форма, в которой мы можем выбрать любое поле из базы.

РАЗРАБОТКА ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛА КОМПЬЮТЕРНОГО МАГАЗИНА «DBS», Г. ДАЛЬНЕГОРСК

А.О. Мочалов, студент

Научный руководитель **М.А. Сачко**,

старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Саму идею интернет-торговли нельзя назвать новой. Первые российские интернет-магазины появились еще в конце 90-х годов прошлого века. Многие из них работают по сей день. Многих, к сожалению, давно нет. Что делать, интернет – среда динамичная, и чтобы к ней приспособиться, необходимо меняться.

Интернет-торговля – занятие очень выгодное. По крайней мере, должно быть таким в теории. Владельцу интернет-магазина не надо тратить деньги на аренду торговых площадей, закупку торгового оборудования, найм армии продавцов и консультантов. Вся информация представлена на сайте – и сам покупатель ходит среди «виртуальных полок» и выбирает, что ему нужно. Прибавьте к этому огромную потенциальную аудиторию рунета – десятки миллионов человек из России и стран СНГ. Вряд ли хоть один реальный магазин способен похвастаться столь большим числом потенциальных покупателей.

Но это в теории. На практике придется еще побороться, чтобы клиенты выбрали именно ваш магазин, а не торговую площадку конкурента. Сегодня интернет-торговля стала обыденным явлением. Сотни магазинов предлагают тысячи товаров. Купить в интернете можно практически все, за исключением, наверно, путевки в космос. И конкуренция между магазинами – огромная. В борьбе за покупателя приходится обращать внимание на все – вплоть до мелочей.

На данный момент существует довольно большое количество интернет-порталов. В основном Интернет – порталы создаются как дополнение к обычному магазину по продаже компьютерной техники.

Внешний вид и наполнение Интернет-портала в основном зависит от желания заказчика, но все Интернет-порталы имеют: Навигационную панель, Информационную панель, и контент – это может быть новости компании, горячие предложения, новинки товаров.

По данным интернет источников в конце 2009 года было проведено исследование на тему активности посещения Интернет-магазинов и того, что первым делом делают посетители на таких сайтах. Кто-то в Интернете ищет срочный ремонт ноутбуков, а кто-то покупает новый. Все эти вопросы, да и не только, были затронуты при этом опросе. При проведении это-

го исследования было задействовано около 1300 человек из различных областей России, возраст которых не менее 18 лет.

Не стало новостью, что 96% из опрошенных респондентов хотя бы раз посещали Интернет-Магазины. Основной мотивацией для более чем половины посещений, стало намерение купить что-то в ближайшем будущем. В конце-концов, они все же покупают интересующий их предмет. 40% только просматривают информацию о товаре, а 20% незамедлительно покупают его или заказывают нужную услугу.

Интенсивность покупок в интернет-магазинах довольно высока. Так, чуть меньше 40% респондентов хотя бы раз в три месяца что-то да покупают или заказывают. 15% опрошенных совершали покупки не реже, чем раз в полгода. За период от полугода до года также 15% опрошенных ответили, что осуществляли заказ того или иного предмета или услуги.

Среди негативных факторов, которые останавливают остальной контингент от покупок в интернет-магазинах, можно отметить такие:

- непривычность данной услуги (40%);
- количество представленной информации о товаре или услуге не является достаточным, товар нельзя увидеть до приобретения (48%);
- неудобство или полное отсутствие доставки по месту проживания заказчика останавливает 34% опрошенных;
- запутанная навигация сайта, сложность оформления заказа, отсутствие нужной системы оплаты стало проблемой для 25%.

Товар, который больше всех пользуется спросом на страницах интернет-магазинов – это книги, их покупали 51% опрошенных. Второе место занимают компьютеры и их комплектующие – 43%. Покупают через Интернет бытовую технику 42% опрошенных. 35% онлайн-покупателей приобретали программное обеспечение. 25% приобретают в интернет-магазинах фильмы и косметику. Диски с музыкой, билеты в кино, театр пользуются спросом у 22% пользователей.

Если рассматривать опрос с точки зрения количества потраченных средств, можно отметить:

- более 10000 рублей тратят на приобретение товаров и услуг около 7%;
- сумму, более 5000 рублей за раз тратят около 9% опрошенных;
- сумму, более 3000 рублей за раз тратят около 11% опрошенных;
- более 2000 рублей тратят на приобретение товаров и услуг около 7%;
- по 5% опрошенных относятся к группам, которые тратят 1000, 6000 и 15000 руб.

Вопрос создания эффективного Интернет-магазина давно волнует Интернет-общественность. На эту тему было написано множество статей. Но интернет – среда нестабильная, и актуальные вчера законы сегодня могут не работать. Например, правило трех кликов, согласно которому посетитель должен попасть с любой страны на любую, щелкнув мышкой максимум три раза. Или ограничения по весу графики – не более 20-25 Кб на страницу. С развитием скоростного доступа в интернет данное требование практически утратило актуальность.

Важный вопрос – баланс дизайна и функционала. Распространенное мнение – в интернет-магазине дизайна быть не должно! Все, точка. Из картинок принимаются только логотип и фотографии товаров. Остальное – лишнее нагромождение. Но правильный ли это подход? Задача дизайнера – не только обеспечить быстрое восприятие информации, но и вызвать у посетителя определенные эмоции. Стильный, опрятный дизайн повышает доверие к магазину и, соответственно, позитивно влияет на продажи.

Компания «ДБС», это ведущая компания по продаже компьютерной техники в г. Дальнегорске, начала свою деятельность ещё в 1992 году и заняла нишу компьютерных компаний и по сей день занимает основную часть рынка компьютерных технологий в городе.

Создание Интернет-магазина компании является маркетинговым ходом и нацелено на привлечение новых клиентов, увеличение продаж. Интернет-магазин будет находиться в ведение человека, специально назначенного на должность администратора. Для данного мага-

зина будет зарегистрировано доменное имя в домене RU. URL адрес сайта должен быть понятным, созвучным с названием компании и легко запоминаемым. Средства управления будут установлены на хостинговой площадке, арендуемой в сети Интернет у компании, занимающейся предоставлением данных услуг. Доступ к Интернет-магазину будет осуществляться с любого компьютера, посредством предоставления пароля администратора в систему. В обязанности администратора интернет-магазина будут входить: добавлять новости, оповещать посетителей об акциях, следить за соответствием товара и его характеристик с реальным, исправлять недочёты и другое.

Сайт будет организован таким способом, что система будет учитывать наличие товара на складе. При отсутствии товара на складе, будет специальная пометка, на этот товар можно будет оформить пред заказ, сразу после появления товара на складе, клиенту посылается письмо о появлении интересующего его товара на складе, после чего клиент сможет подтвердить заказ и оплатить его, после чего товар отправиться покупателю. Так же планируется возможность подписки клиентов на получении информации о поступлении новых товаров.

Связи и взаимодействие сотрудников внутри компании представляют иерархическую структуру подчинения компании «ДБС» (Рис.1).

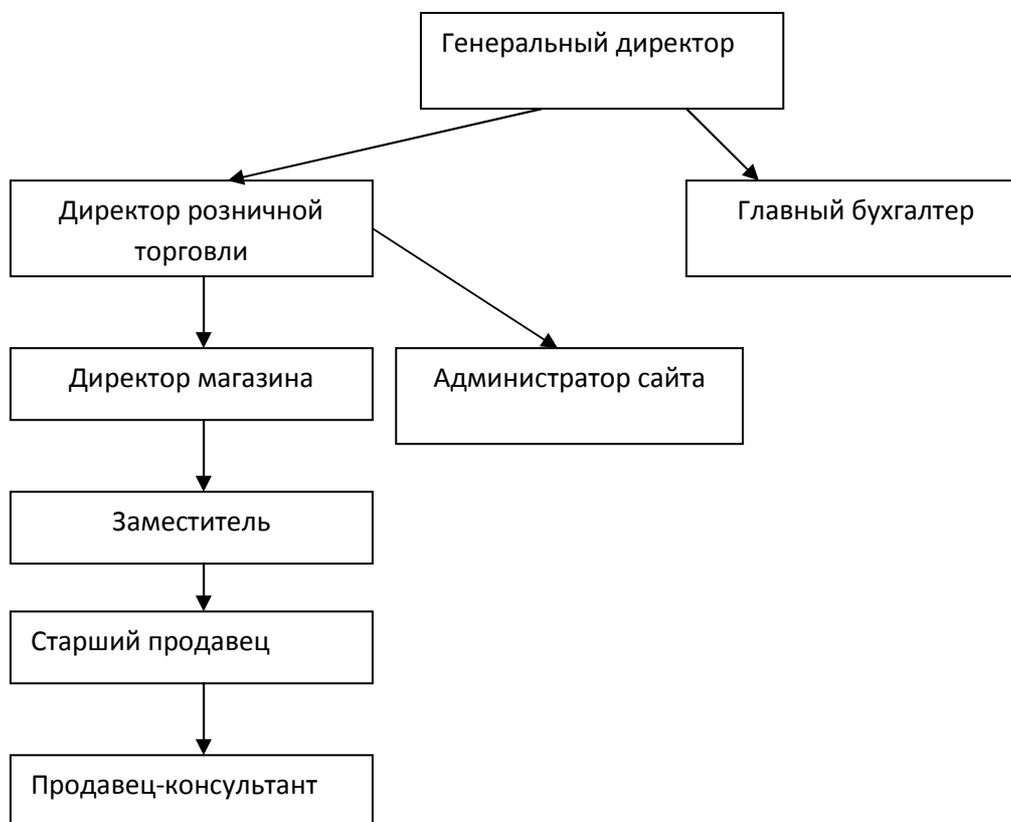


Рис. 1. Иерархическая структура магазина «ДБС»

Для создания сайта существует много различных методов и средств выполнения этой работы. Главное при выборе необходимо учитывать все задачи, которые необходимо будет выполнить и возможности заказчика и исполнителя работы.

При разработке интернет портала необходимо выполнить следующие задачи:

1. Анализ аналогов. Выполняется путём опроса заказчика, анкетирования, изучения различных сайтов сети Интернет. Результатом решения этой задачи должен стать список необходимых функций сайта – техническое задание на программное изделие.

2. Создание информационной структуры. Проводится логический анализ функций сайта и информационных связей. Исходными данными служат типовые решения в этой об-

ласти, список необходимых функций. В итоге должна быть получена информационная структура сайта.

3. Разработка дизайна сайта. Работа ведётся в графических редакторах. Используются материалы с рекомендациями по цветовым и дизайнерским решениям, по использованию различных графических редакторов, также дизайн должен соответствовать информационной структуре сайта. Результатом должен оказаться дизайн сайта – графический материал.

4. Вёрстка сайта. Создаются гипертекстовые страницы, таблицы стилей, дизайн обрабатывается как часть страниц. Используются редакторы кодов, графические и текстовые редакторы. Исходными данными являются справочная информация о языках программирования, разработанный дизайн и его информационная структура. Результатом решения данной задачи в разработке – гипертекстовые страницы сайта, не имеющие наполнения.

5. Автоматизация управления сайтом. Подключается и настраивается система управления сайтом. Страницы сайта внедряются в данную систему. Используются руководства по настройке данной системы и другие справочные источники по управлению сайтами. Создаётся готовая к внедрению система.

6. Тестирование и внедрение. Производится тестирование с помощью программного пакета Денвер на локальном сервере и виртуальном хосте. Используется подготовленная к внедрению система и справочные материалы. Решение этой задачи является Интернет-портала по продаже компьютерной техники готовый к наполнению.

ОЦЕНКА РИСКОВ СТРОИТЕЛЬСТВА КОНТЕЙНЕРНОГО ТЕРМИНАЛА (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «ТИС-ЛОДЖИСТИК»)

Д.А. Николаев, студент

Научный руководитель **Р.А. Луговой**, канд. экон. наук, доцент кафедры математики и моделирования

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы: оценка рисков проекта строительства контейнерного терминала на примере компании ООО «ТИС-Лоджистик», г. Владивостока.

Реализация поставленной цели позволила выделить следующие задачи:

- проанализировать теоретические подходы к исследованию отношений в управлении проектами;
- охарактеризовать методы управления проектами;
- разработать проект «Строительство контейнерного терминала компании ООО «ТИС-Лоджистик»;
- оценить риски проекта «Строительство контейнерного терминала компании ООО «ТИС-Лоджистик»;
- проанализировать временные характеристики методом Монте-Карло, оценить стоимость работ проекта.

Компания ООО «ТИС-Лоджистик» – это транспортно-логистическая компания полного цикла, которая осуществляет доставку грузов по территории России всеми видами транспорта и выполняет международные перевозки из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, оказывает профессиональные складские услуги и услуги по таможенному оформлению и декларированию грузов.

Выгодное географическое расположение компании в Приморском крае – центре сухопутных транспортных развязок, связывающих все порты Приморья и сухопутные пограничные переходы Россия-Китай с Транссибирской магистралью и государственной трассой Владивосток-Хабаровск – позволяет создать отличные условия для работы транспортно-экспедиторской компании «ТИС-Лоджистик».

Конкурентным преимуществом компании является то, что она осуществляет международные (мультимодальные) контейнерные перевозки «от двери к двери» из любой страны мира. Быстро растущее направление доставки грузов из Китая, Японии, Южной Кореи, Тайваня, Вьетнама, Индии является одним из приоритетных направлений компании.

Компания ООО «ТИС-Лоджистик» обладает опытом развития и функционирования транспортных услуг на внутреннем и внешнем рынке.

Целью деятельности компании является строительство контейнерного терминала; достижение конкурентоспособности ООО «ТИС-Лоджистик» и стабилизация деятельности компании на внутреннем и внешнем рынке.

Необходимость строительства контейнерного терминала обусловлена факторами внешней среды в направлении реализации стратегии экономического развития Дальневосточного региона и Забайкалья.

ООО «ТИС-Лоджистик» имеет развитую инфраструктуру, которая не только сформировалась не только на внутреннем рынке транспортных услуг, но и на внешнем рынке, при осуществлении морских грузоперевозок.

При разработке проекта было сгруппировано 4 направления работ. Это организационный этап, кадровый, производственный и завершающий этап и сдача объекта.

Организационный этап включает в себя следующие виды работ:

- предпроектные работы: работы по урегулированию земельно-имущественных отношений, определение потребности ресурсов, выбор местности под строительство контейнерного терминала, оценка площади местности для контейнерного терминала;
- проектные работы: разработка проектной документации, проектирование системы инженерных сетей, техническое задание проекта, бизнес план проекта, согласование, разрешение, экспертиза, заключение договоров с административными структурами, страхование работ проекта;

Нормативно правовое обеспечение проекта характеризуется заключением договоров с подрядчиками, поиском инвесторов, налогово-бюджетным регулированием, системой кредитных отношений. То есть, в целом, документальным оформлением получения разрешения на строительство контейнерного терминала.

Немаловажным фактором по реализации проекта является кадровая обеспеченность. Она включает в себя: поиск специалистов для строительства, работа специалистов по юридической направленности, работа специалистов по финансам, заключение контрактов с юридическими структурами, поиск компании подрядчиков.

Основной этап деятельности компании по строительству контейнерного терминала является производственный процесс, который сгруппирован по конкретным видам работ их продолжительности по годам на всём протяжении строительства контейнерного терминала.

- Идентификация рисков проекта:
- Низкое качество строительных материалов;
- Некомпетентно составленный проект;
- Недобросовестность подрядчиков;
- Неквалифицированный персонал;
- Несоблюдение договорных отношений;
- Нарушение сроков закрепления нормативно-правовых актов;
- Ухудшение общеэкономической ситуации в стране;
- Изменение отношений местных властей;
- Повышение арендных ставок на оборудование.
- Риск превышения запланированных сроков выполнения проекта;
- Риск превышения бюджета выполнения проекта.

Анализ риска превышения сроков выполнения проекта основывается на методе Монте-Карло:

- при планировании были даны три оценки времени выполнения работ: оптимистическая, реалистическая и пессимистическая;
- используется надстройка Monte Carlo Analysis for MS Project;
- время выполнения работы моделируется треугольным распределением.

Результаты анализа:

- вероятность завершения проекта к указанному сроку;
- список работ с высоким уровнем критичности и чувствительности.

При анализе риска превышения бюджета проекта использованы оценки бюджетов работ: оптимистическая, реалистическая и пессимистическая.

Моделирование методом Монте-Карло проведено в MS Excel с использованием нормального распределения.

В результате анализа получены оценки вероятности окончания проекта к указанному сроку, а также список работ, обладающих высокой критичностью и высоким индексом чувствительности. Анализ рисков превышения бюджета, проведенный с использованием метода Монте-Карло показал, что с достаточно высокой вероятностью бюджет данного проекта не будет превышен более, чем на 2 процента. Этот факт позволяет с большей уверенностью приступить к активной фазе проекта в установленные сроки.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННО-ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ КОМБИНИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

С.В. Осинкин, студент

Научный руководитель **В.П. Кривошеев**, д-р техн. наук,
профессор кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

При автоматизации технологического объекта управления (ТОУ) возможны случаи, когда одноконтурные автоматические системы регулирования АСР не обеспечивают удовлетворительного качества регулирования ни при каких настройках регулятора. Одной из причин низкого качества регулирования является воздействие на ТОУ существенных возмущений. Если имеется возможность автоматического измерения наиболее «сильного» возмущающего воздействие на ТОУ, то применяется комбинированная АСР. Действие контролируемого возмущения компенсируется специальным устройством, компенсатором, а с помощью регулятора, находящегося в контуре обратной связи, устраняется действие других (не контролируемых) возмущений. Таким образом, регулирующее воздействие формируется на основании двух принципов регулирования: по отклонению регулируемой переменной от заданного значения и по возмущению. Компенсация возмущений осуществляется путем введения дополнительного управляющего воздействия либо на вход канала регулирования ТОУ (Рис. 1), либо непосредственно на вход регулятора (Рис. 2).

Основой расчета комбинированных систем автоматического регулирования (АСР) является принцип инвариантности (независимость одной физической величины от другой). Применительно к рассматриваемым системам в соответствии с этим принципом отклонение выходной координаты ТОУ $y(t)$ под действием возмущения $x(t)$ должно быть тождественно равно нулю.

Эти системы находят применение в различных отраслях промышленности: в пищевой и химической промышленности, в нефтехимии, в теплоэнергетике.

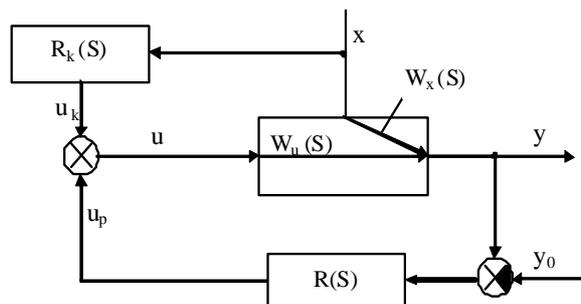


Рис. 1. Структурные схемы комбинированной АСР при подаче компенсирующего сигнала на вход объекта

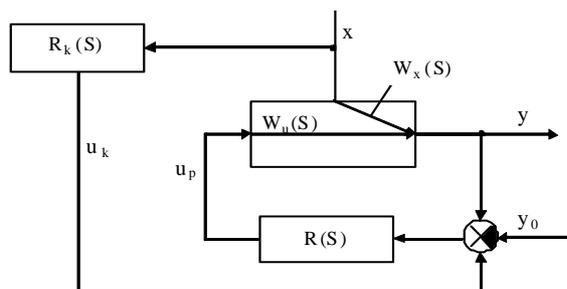


Рис. 2. Структурные схемы комбинированной АСР при подаче компенсирующего сигнала на вход регулятора

Одной из основных трудностей построения инвариантных систем регулирования является проблема их физической реализуемости. Можно указать два условия физической реализуемости компенсаторов:

1. Компенсатор не должен содержать звена с отрицательным чистым запаздыванием, т.е. время чистого запаздывания по каналу регулирования τ_u должно быть меньше, чем время запаздывания по каналу возмущения τ_x .

2. В передаточной функции компенсатора степень m_k полинома в числителе не должна превышать степени n_k полинома в знаменателе.

Для расчета оптимальных значений настроечных параметров реальных компенсаторов комбинированной АСР известен графо-аналитический метод.

Графо-аналитический метод расчета оптимальных значений настроечных параметров интегро-дифференцирующих звеньев первого порядка, когда конец вектора амплитудно-фазовой характеристики (АФХ) идеального компенсатора на рабочей частоте лежит в первом квадранте, а также когда он лежит в четвертом квадранте в пределах области, ограниченной окружностью с радиусом $R=K_k$, где K_k – коэффициент усиления идеального компенсатора (рис. 3). Передаточная функция интегро-дифференцирующего звена принималась в виде:

$$W_k^p(S) = k \frac{T_B S + 1}{T S + 1}. \quad (1)$$

Графо-аналитический метод имеет недостаток – это сложность его реализации на ЭВМ, в связи с этим осложняется автоматизированное проектирование подобных систем регулирования, так как процесс машинной обработки прерывается.

Предлагается аналитический метод расчета оптимальных значений настроечных параметров указанных компенсаторов.

Преобразование по формуле Тастина. К дискретной передаточной функции от непрерывной можно перейти через таблицы соответствия изображения по Лапласу и Z-изображения, этот способ получения дискретной передаточной функции по формулам являются точными, но их применение для реальных систем второго порядка и выше затруднительно. Поэтому в практических расчетах импульсных систем используют приближенные способы перехода от передаточной функции $W(s)$ к дискретной передаточной функции $W(z)$.

Эти способы основаны на замене производной во времени, фигурирующей в уравнении непрерывной части.

Наиболее точный переход от непрерывной системы к дискретной обеспечивает подстановка Тастина [1]

$$s = \frac{2(z-1)}{T(z+1)} \quad (2)$$

Рассмотрим пример аналоговой комбинированной АСР типа 1 (рис 1). Передаточная функция объекта по каналу управления:

$$W_{oy} = 2 \frac{e^{-0,2S}}{10000S^2 + 570S + 1} \quad (3)$$

Передаточная функция объекта по каналу возмущения

$$W_{os} = 10 \frac{e^{-2,2S}}{100S^2 + 25S + 1} \quad (4)$$

Передаточная функция реального компенсатора

$$W_k = 5 \frac{585.991S + 1}{8.384S + 1} \quad (5)$$

Известным способом получаем оптимальные настроечные параметры аналогового ПИ регулятора. В нашем случае $K_0=0,655$ I/сек., $K_1=45,181$. Оптимальные настройки реального компенсатора

Ниже (рис 3) представлен переходной процесс этой системы.

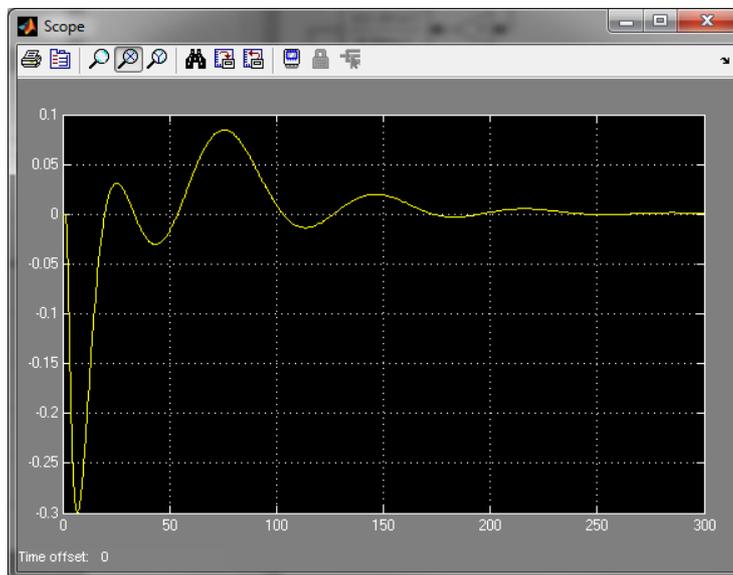


Рис 3. Аналоговый переходной процесс

Далее построим переходной процесс для цифровой системы. Используя формулу Тастина (2) с шагом квантования $T = 1$, получены следующие выражения.

Передаточная функция объекта по каналу управления:

$$W_{oy}(z) = 2 \frac{z^0}{41141z^2 - 79998z + 38861} \quad (6)$$

Передаточная функция объекта по каналу возмущения:

$$W_{os}(z) = 10 \frac{z^{-2}}{451z^2 - 798z + 351}. \quad (7)$$

Передаточная функция реального компенсатора:

$$W_K(z) = \frac{5860.91z - 5858.91}{17.768z - 15.768}. \quad (8)$$

Передаточная функция регулятора:

$$R(z) = \frac{91.017z^2 + 1.31z - 89.707}{2z^2 - 2}. \quad (9)$$

На рисунке 4 представлен переходный процесс системы, преобразованный в цифровой вид.

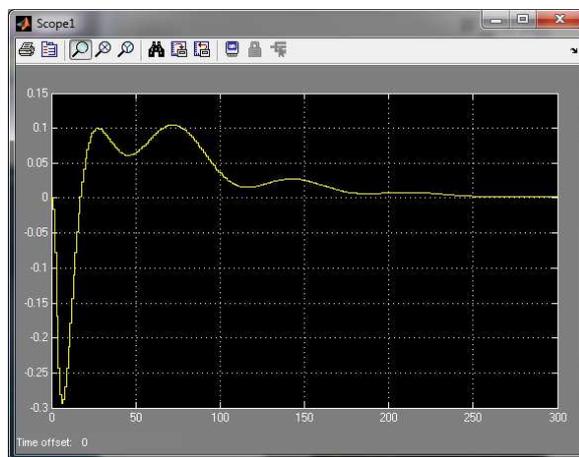


Рис 4. Цифровой переходной процесс, преобразованный из аналогового по формуле Тастина

Расчет компенсатора в цифровом виде. Если имеются передаточные функции объекта по каналам управления и возмущения и передаточная функция регулятора, то идеальный компенсатор может быть представлен непосредственно в цифровом виде в зависимости от структуры системы.

1) Для случая, когда сигнал от компенсатора подается на вход объекта (рис. 1), структурная схема комбинированной АСР преобразуется к последовательному соединению разомкнутой системы и замкнутого контура. Передаточная функция компенсатора $R_k(z)$ в этом случае имеет вид [2]:

$$R_k(z) = -\frac{W_x(z)}{W_u(z)}.$$

2) При использовании комбинированной АСР второго типа (рис. 2) аналогичный вывод условия инвариантности приводит к следующей передаточной функции компенсатора $R_k(z)$ [2]:

$$R_k(z) = -\frac{W_x(z)}{W_u(z) \cdot R(z)}.$$

-
1. Поляков К.Ю. Основы теории цифровых систем управления. Санкт-Петербург, 2006. – 60 с.
 2. Лукас В.А. Теория автоматического управления. М.: Недра, 1990. – 416 с.

ИНФОРМАЦИОННО-ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ОДНОКОНТУРНЫХ ЦИФРОВЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

Д.С. Пак, студент

Научный руководитель В.П. Кривошеев, д-р техн. наук,
профессор кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Особенности цифровых систем управления

В наше время цифровые системы автоматического управления получают всё более широкое распространение. Преимущества применения ЦСУ состоят в повышенной точности контроля параметров, обеспечении возможности усложнения законов управления по сравнению с типовыми, изменении стратегии управления и ее оперативной реализации на объекте (изменение структуры системы, сокращение работ на стадии синтеза и эксплуатации ЦСУ, упрощение реализации управляющих алгоритмов). Так же важным преимуществом цифровых систем является то, что усложнение управляющего алгоритма, реализуемого с помощью средств вычислительной техники, практически не влияет на надежность контура управления, тогда как увеличение числа аналоговых блоков в контуре, адекватно соответствующее такому усложнению, существенно снижает надежность его функционирования.

Постановка задачи параметрического синтеза одноконтурной ЦСУ

ЦСУ в отличие от аналоговых систем могут работать с различной степенью дискретизации, что существенным образом влияет на качество управления.

Ряд необходимых условий создания эффективных ЦСУ включает в себя комплексный методологический подход к их синтезу. Единая методология должна определить научные основы синтеза рациональных сочетаний классических и новых подходов к цифровому управлению объектами.

Одной из основных задач возникающих как при разработке, так и при эксплуатации ЦСУ является нахождение наилучших (в смысле выбранных критериев) способов управления, обеспечивающих сохранение значений переменных процесса близкими к заданным вне зависимости от возмущений и колебаний в его динамике. Для получения наилучшего качества процессов управления параметры должны выбираться с учетом характеристик объекта. Расчет этих параметров может осуществляться различными методами:

- а) аналитическое решение;
- б) оптимизация настроек по выбранному критерию с использованием численных методов;
- в) с использованием алгоритмов, позволяющих получить параметры близкие к оптимальным по оценкам переходных процессов;
- г) путем последовательного увеличения значений от малых начальных до тех пор, пока процесс не приобретет значительной колебательности.

Алгоритмы в) и г) используются, если к системе управления не предъявляются жесткие требования, а переходные процессы просты и малоинерционны. В противном случае следует применять методы а) и б).

Аналитическое решение возможно лишь для объектов и регуляторов низкого порядка при известных оценках параметров полиномов объекта.

Выбор оптимального шага квантования T_0

Особенностью цифровых систем является наличие квантованных сигналов. Квантование может проводиться по уровню сигналов и по времени. Наиболее распространенным является квантование по времени. Поэтому в отличие от непрерывных в цифровых системах управления всегда присутствует важный параметр - длительность такта квантования сигналов. Определение оптимального (рационального) такта квантования такая же важная задача при синтезе системы цифрового управления, как и расчет настроек регуляторов, т.к. его величина влияет на качество работы системы.

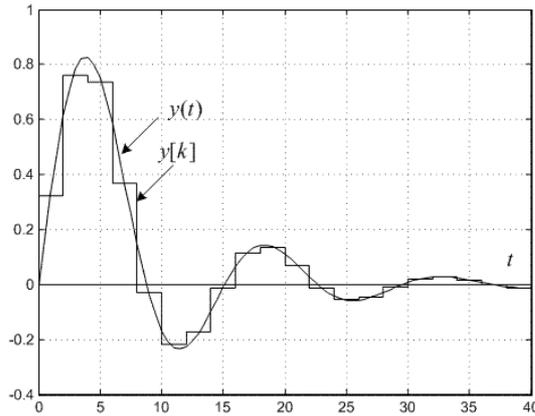


Рис. 1. Пример непрерывной и дискретной функции

Для оптимизации такта квантования наряду с настройками цифровых регуляторов при синтезе ЦСУ необходимо установить характер зависимостей между длительностью такта T_0 и показателями качества управления с целью формирования критерия, обеспечивающего проведение этой процедуры.

Выбор такта квантования, его оптимизация по тому или иному критерию является нерешенной задачей до настоящего времени. Известные классические подходы дают лишь рекомендации к его выбору в диапазоне частот.

В работе[1] предложен алгоритм оптимизации такта T_0 по выбранному комплексному критерию:

$$S_{eu}^2 = \frac{1}{N - mc} \sum_{i=mc}^N (e_i^2 + r \times \Delta u_i^2) \xrightarrow{T_0} \min$$

Для расчета весового коэффициента r , который определяет требования к точности управления и одновременно к затратам на управление, рекомендуется воспользоваться формулой, полученной в результате исследования влияния величины r на характер зависимости $S_{eu}^2 = f(T_0)$:

$$r \approx (0.15 \div 0.4) S_e^2 / S_u^2 \Big|_{T_0^0},$$

где T_0^0 - начальный выбранный такт.

В качестве исходных данных принимаются: исходный такт T_0 , соответствующие ему параметры дискретной динамической модели объекта, определяемые на этапе идентификации, начальные настройки цифрового регулятора, величина начального приращения по такту и степень точности определения оптимума.

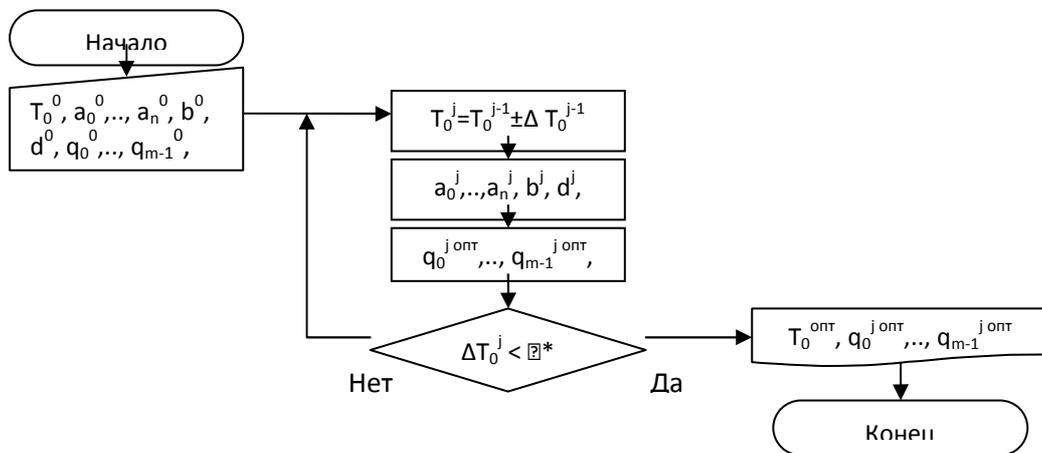


Рис. 2. Алгоритм оптимизации такта квантования T_0

В блоке 3 дается приращение по такту и в зависимости от полученных оптимальных значений критерия оптимизации, делается шаг по такту в направлении уменьшения критерия методом наискорейшего спуска.

В блоке 4 пересчитываются параметры дискретной модели, настройки цифрового регулятора в соответствии с приращениями по такту и выполняется оптимизация настроек градиентным методом [1] при исходном T_0 и в приращениях в блоке 5.

Процесс поиска оптимального шага квантования выполняется до достижения заданной степени точности при определении оптимума критерия.

В результате расчета определяются оптимальные: длительность временного такта квантования и настройки цифрового регулятора.

Следует отметить, что, несмотря на то, что данный алгоритм подразумевает колоссальное количество расчетов при задании высокой точности поиска, он является надёжным, проверенным методом нахождения оптимальных параметров. С развитием вычислительной техники время на проведение расчетов заметно сокращается, что позволяет использовать приведённый метод без значительного ущерба для временных затрат на проведение синтеза.

Так же, в одноконтурных системах затраты на расчеты и управление настолько незначительны, что в нашем случае мы можем пренебречь значением весового коэффициента r , так как это не приведет к каким-либо значимым отклонениям искомым значений.

Параметрический синтез одноконтурных ЦСУ на основе параметрического синтеза аналоговой системы с использованием формулы Тастина

Рассмотрим одноконтурную АСР с ПИ-регулятором. Передаточная функция объекта управления: $W_o(s) = 10 \frac{1}{1+100s} e^{-5s}$

Найдены параметры аналогового регулятора для данной системы, обеспечивающие заданное значение степени колебательности $m=0,221$ на частоте $\omega = 0,234$ (1/ед.вр.):

$$c_0 = 0,13419 \text{ (1/ед. вр.)}$$

$$c_1 = 1,62167$$

Передаточная функция аналогового регулятора имеет следующий вид:

$$R(s) = \frac{0,13419 + 1,62167s}{s}$$

Для получения передаточной функции цифрового регулятора произведем замену по формуле Тастина[2]: $s = \frac{2(z-1)}{T(z+1)}$

Передаточная функция цифрового ПИ-регулятора имеет вид: $R(z) = \frac{q_0 z + q_1}{z-1}$

где: $q_0 = \frac{c_0 T + 2c_1}{2}$, $q_1 = \frac{c_0 T - 2c_1}{2}$.

При шаге квантования по времени $T_0=1$ настроечные параметры цифрового регулятора принимают следующие значения:

$$q_0 = 1,68877$$

$$q_1 = -1,5546$$

На рисунке ниже изображен переходный процесс рассматриваемой АСР.

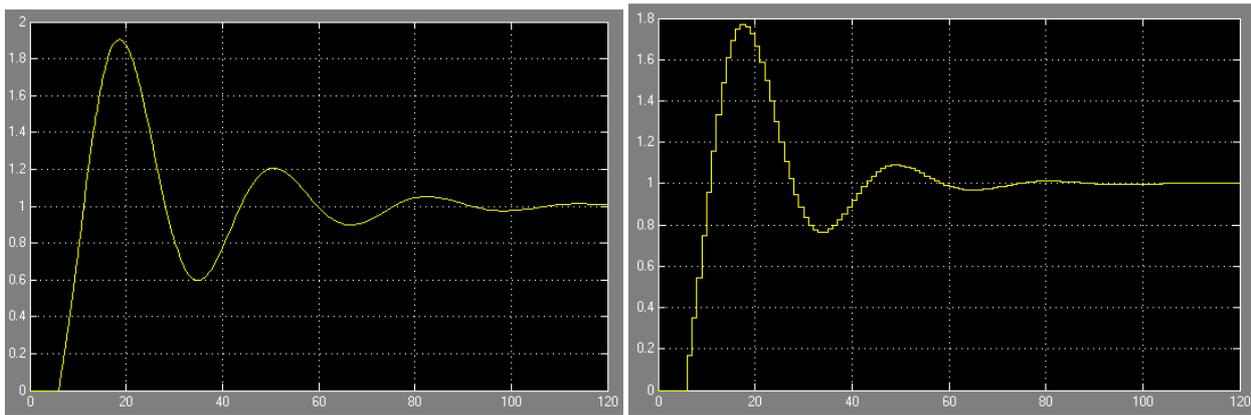


Рис. 3. Переходной процесс аналоговой одноконтурной АСР в аналоговом (слева) и цифровом (справа) виде

1. Кудряшов В.С. Диссертация на соискание ученой степени доктора наук: Синтез систем цифрового управления многосвязными нестационарными технологическими объектами. / В.К. Битюков. – ВГТА: Рукопись, 2005. – 320 с.
2. Поляков К.Ю. Основы теории цифровых систем управления. Санкт-Петербург, 2006. – 160 с.
3. Епифанцев А.В. Параметрическая оптимизация цифровых систем регулирования. Статья. Благовещенск, 2011.

РАЗРАБОТКА WEB-ПОРТАЛА «СОЦИАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ СЕТЬ»

О.В. Панченко, студент

Научный руководитель **М.А. Сачко**, старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является создание он-лайн сообщества людей занятых в научной деятельности и исследованиях, направленное на повышение эффективности коммуникаций научного сообщества, создание единой базы ученых. Объектом информации является научные сообщества ученых, высшие учебные заведения, отделения академии наук и прочие учреждения, занимающиеся научными изысканиями.

На данный момент существует не так много научных социальных сетей. Каждая из них имеет свой набор функций, не отличающихся от функций обычных социальных сетей. Но у каждой есть свои сильные и слабые стороны, от дизайна сайта до количества представленных научных публикаций. Все они выполняют основные задачи, такие как публикация научных статей, нахождения своих коллег, общение и многое другое. Но основанная их задача это облегчить деятельность тех, кто занимается наукой. В частности, научных групп.

Наиболее популярные научные социальные проекты это: социальная сеть «Ученые России» и научная сеть «SciPeople».

Социальная сеть «Ученые России» (russian-scientists.ru) идет в ключе современных процессов переориентации сетей с частных коммуникаций («Одноклассники», «В контакте» и др.) на предметное социальное, творческое и профессиональное сотрудничество. Находясь в пространстве такой социальной сети, пользователи вправе ожидать как общения с единомышленниками, так и комментариев и оценок экспертов в данной области.

Научная сеть «SciPeople» (scipeople.ru) предназначен для ученых, аспирантов, а также студентов, интересующихся наукой. Основные задачи сервиса - создать среду для распространения научных знаний и данных, а также помогать ученым в их работе. Можно отметить большое преимущество данной сети в развитой системе общения ее участников, добавление коллег, нахождение людей по интересам, или нахождение поддержки в каком либо проекте.

На сегодняшний день, сеть Интернет предлагает нам множество возможностей поддержания контактов с другими людьми, схожими по интересам и мышлению с нами. Вся мощь социальных сетей заключается в быстром и удобном предоставлении прямого контакта с другими пользователями. Многие, вероятно уже думают, что в сети и так полно социальных систем, зачем же кому-то еще одна новая?

Во-первых, это само направление социальной сети, так как аналогов научных социальных сетей крайне мало. Не нужно банально думать, что это будет просто место, где можно размещать беспорядочный контент – это должна быть система с конкретной целью, которая постоянно развивается и совершенствуется. В данном случае, социальная сеть может быть идеальным решением для поддержания сообщения между небольшой группой знакомых вам людей. Поверьте, в наше время, большая часть виртуальных социальных сетей сконцентрирована на монетизации, это некий источник прибыли.

Во-вторых, можно улучшить положение дел, создав социальную сеть, в которой будет множество пользователей компетентных в тех вопросах, которые вам интересны, в такой системе можно почерпнуть много новой и полезной информации, и с таким же успехом делиться информацией с другими пользователями. Таким образом, можно завоевать уважение и доверие пользователей и потенциальных клиентов.

Основной аспект успешности веб-сайта заключается в разделении очень полезной информации с вашими пользователями, фокусируясь на какой-то конкретной тематике. В данном случае это наука и все что с ней связано.

Самостоятельная разработка научной социальной сети, затрачивает много времени и много ресурсов, и в основном создается группой людей. На ее реализацию уходит приблизительно месяц. Таких ресурсов нет, поэтому при создании социальной сети чаще всего используется CMS (Content manager system). CMS – информационная система или компьютерная программа, используемая для обеспечения и организации совместного процесса создания, редактирования и управления контентом.

Существует множество «движков» для разработки социальных сетей, новостных лент, блогов, таких как: Explay, LiveStreet, Большая улица, iCore – русские «движки» разработки социальных сетей. Но в большинстве своем русские «движки» пока что находятся в стадии разработки, или тестирования, использовать их крайне сложно. Большое распространение в России получил «движок» 1С-Битрикс, но он является платным, поэтому он не подходит для данной информационной системы.

Изучив существующих на данный момент CMS, для разработки социальной научной сети был выбран «движок» Drupal. Drupal больше всего подходит под данный проект, так как он является бесплатным, имеет свободный код, его функциональность может расширяться за счет модулей, при этом модуль под конкретную задачу можно написать самому. Так же он имеет хорошую документацию, и русское сообщество, что упрощает разработку. Разработка сайта на Drupal отличается оперативностью, гибкой настройкой согласно пожеланиям заказчика и возможностью просто вносить необходимые изменения в содержимое сайта, а также при желании быстро расширить сайт согласно новым потребностям компании-владельца. Drupal представляет собой платформу, функционал которой позволяет решать сразу несколько проблем. Ошибочно думать, что Drupal – это такая же простая система управления контентом, потому что структура этой платформы позволяет разрабатывать различные типы веб-сайтов. С помощью Drupal можно с легкостью управлять содержимым, пользователями,

и соотношением между пользователями сайта. Все эти вещи очень полезны и удобны для создания социальной сети, все зависит от того, как система настроена, и как ей управляют. Панель Администратии в Drupal представляет собой контрольную панель для настройки и редактирования веб-сайта. Для установки основного элемента виртуальной социальной структуры вам требуется настроить веб-сервер Apache, с поддержкой PHP и MySQL. Drupal написан на языке PHP и использует реляционную БД (поддерживаются MySQL/PostgreSQL), защищен лицензией GPL, имеет достаточно полную документацию на английском языке

Основным элементом любой социальной сети являются пользователи. Очень важно грамотно спланировать доступные для пользователей действия и важно понимать, как можно управлять этими действиями. Другими важными аспектами считается наполнение информацией и внешний вид системы. При создании web-портала, социальной сети, необходимо, чтобы люди поддерживали связь посредством сайта. Разрешить возможность публикации контента и создания дружбы между пользователями. Далее посмотрим на список действий (Рис. 1), которые могут предоставить отличное взаимодействие между членами нашего сообщества.

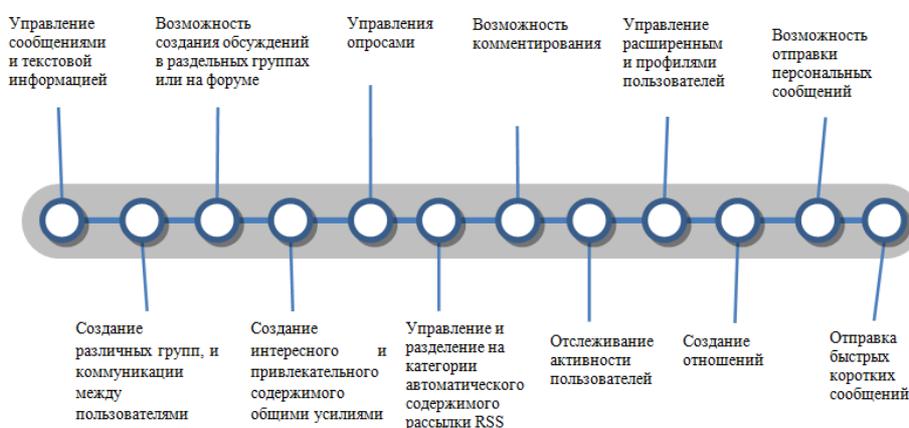


Рис. 1. Основные действия социального сообщества

Система Drupal предоставляет возможность отдельного управления всеми модулями, описанными выше. Активировав следующие модули и проведя настройку конфигурации платформы, получим основные средства управления виртуальным обществом.

- Aggregator: совокупность содержимого;
- Blog: позволяет создавать блоги;
- Blog API: позволяет пользователям публиковать содержимое, включающее в себя приложения с поддержкой XML-RPC;
- Book: позволяет пользователям упорядочивать страницы сайта в иерархию;
- Color: позволяет пользователям изменять тему оформления сайта;
- Comment: позволяет пользователям комментировать опубликованное содержимое;
- Forum: позволяет вести дискуссии на форумах;
- Upload: позволяет пользователям загружать и прикреплять файлы к публикуемой информации;
- Profile: поддержка редактируемых профилей пользователей;
- Tracker: трэкинг свежих пользователей и сообщений;
- OpenID: поддержка авторизации пользователей посредством OpenID.

В результате использования предложенной методики можно облегчить основной этап создания web-портала социальной научной сети, за счет использования готовых программных решений. Что позволяет больше сконцентрироваться на решении прикладной задачи, адаптируя систему управления сайта под ее решение. Тем самым, при разработке готового продукта, меньше тратится время на его техническую реализацию, что позволяет повысить его качества на потребительском уровне.

РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ СЛЕЖЕНИЯ ЗА УСПЕВАЕМОСТЬЮ УЧЕНИКОВ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Д.Е. Перкунов, студент

Научный руководитель М.А. Сачко,

старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В настоящее время компьютеризация общеобразовательных учебных заведений коснулась и школ, находящихся на удаленном расстоянии от городов и районных центров. Автоматизация работы школы началась уже давно, выпущено много автоматизированных систем и рабочих мест для директоров и завучей школы. Данные программы в том или ином объеме рассматривают работу руководящего состава (администрации) школы, позволяя им сократить работу с бумажными носителями, экономя тем самым время на выполнение этих документов. Но эти программы в малом объеме коснулись работы по автоматизации дел руководителя методического объединения. Именно руководители методических объединений, как главные специалисты по своему предмету, не только анализируют уровень обученности, но и показывают динамику всего процесса образования в школе.

Вместе с техническим прогрессом и совершенствованием всех сторон жизни россиянина в Россию пришли и информационные технологии в образовании. Кажется, что еще несколько лет тому назад понятия «персональный компьютер», «пользователь ПК» и уроки информатики были чем-то непонятным российским школьникам. Но уже сегодня школьный электронный дневник, да и сама компьютеризированная школа, интернет и домашний ПК стали обязательной частью школьной жизни для многих школьников РФ.

Система информатизации школ имеет массу преимуществ, причем все они очевидны при более детальном рассмотрении ее функционирования. Эта система позволяет не только вести электронный журнал, следить за успеваемостью школьников, но и обеспечивает безопасность детей в школе.

Автоматизированная система слежения за успеваемостью позволяет создать единую информационно-образовательную сеть для основных участников образовательного процесса. Она представляет собой современный и удобный инструмент взаимодействия учителей, родителей и учащихся. С помощью сервисов системы пользователь, имеющий к нему доступ, может оперативно получить необходимую ему информацию, связанную с процессом обучения.

Автоматизированная система слежения за успеваемостью реализует следующие возможности:

- ведение электронных дневников,
- ведение электронного журнала,
- выдача и получение домашних заданий,
- использование ресурсов библиотеки художественной литературы, медиатеки.

В автоматизированных системах слежения за успеваемостью есть все основные функции социальных сетей, которые адаптированы для использования в школах, и позволяют общаться между собой ученикам, учителям, родителям.

Потенциальные пользователи электронного дневника, электронного журнала успеваемости – это родители, школьники, учителя.

Для родителей электронный дневник дает возможность наладить эффективное взаимодействие с образовательным учреждением, в котором учится их ребенок. Он позволяет оперативно получать самую свежую и достоверную информацию обо всех мероприятиях и событиях школьной жизни, ознакомиться с новостями, а также уточнить расписание занятий или домашнее задание по любому из предметов. При помощи электронного дневника родители смогут смотреть оценки своего ребенка, узнавать о его успехах и достижениях, контролировать посещаемость занятий. Также существует возможность интерактивного общения родителей с администрацией школы.

Для современных школьников система электронного дневника - это удобная форма просмотра расписания школьных предметов на всю неделю и текущих домашних заданий, а также она позволяет им быть в курсе всех событий школьной жизни. Дневник дает ученику возможность просматривать свою статистику и рейтинги по оценкам за определенные периоды времени. Он создает дополнительную мотивацию учащегося к повышению успеваемости и закреплению достигнутых успехов. Электронный дневник призван вызвать интерес у школьников к самому процессу обучения и активному участию в школьных мероприятиях.

Для учителей электронный дневник - это быстрый и удобный способ общения с родителями учеников, оперативный способ донесения информации ученикам и родителям (Рис. 1).

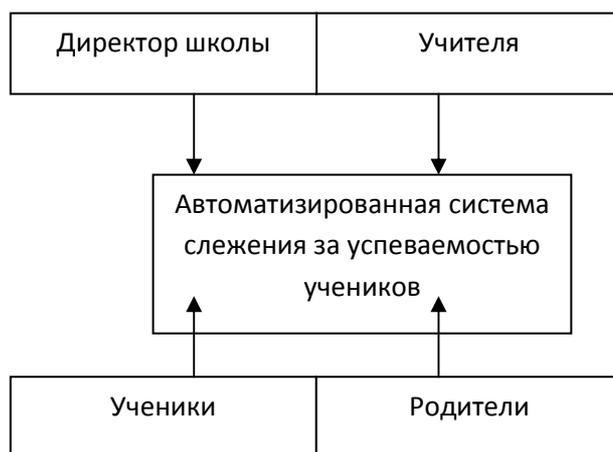


Рис. 1. Потенциальные пользователи системой

Возрастающие темпы информатизации общества повышают значение вычислительной техники в управленческих процессах. Использование возможностей современной вычислительной техники для автоматизации процесса обработки информации позволяет увеличить производительность труда, повысить эффективность работы с документами и ускорить обмен управленческой информацией.

В настоящее время большое распространение получила концепция распределенных автоматизированных систем управления, направленных на локальную обработку информации. Это позволяет организовать разделение труда управленческого персонала и автоматизировать выполнение им своих функций. Для реализации данной идеи необходимо создание для каждого уровня управления и каждой предметной области автоматизированных рабочих мест на базе персональных электронно-вычислительных машин.

Автоматизированная система слежения за успеваемостью учеников представляет различные типы отчетов по результатам работы ученика с курсом. Он содержит подробные отчеты по уроку, секции или уровню. В отчетах представлены результаты в процентах для уровня в целом, для каждой из секций, любого из уроков и для каждого упражнения. Также, программа заносит в автоматизированную систему результаты по категориям (языковым навыкам и умениям): грамматике, словарному запасу, чтению, восприятию речи на слух и произношению. Навыки и умения оцениваются для уровня, секций, уроков и упражнений. Все отчеты могут быть распечатаны на принтере.

В отчете по категориям пользователь может отметить любой из языковых навыков, чтобы программа автоматически отобрала все страницы с упражнениями, относящимися к отмеченным категориям. Соответствующие страницы курса могут выбираться из отдельного урока, секции или из учебных материалов всего уровня.

Для создания автоматизированной системы слежения за успеваемостью существует много различных методов и средств выполнения этой работы. Главное при выборе необходимо учитывать все задачи, которые необходимо будет выполнить, и возможности заказчика и исполнителя работы.

DNS-СЕРВЕР РАСПРЕДЕЛЕННОЙ СЕТИ С ФУНКЦИЕЙ БАЛАНСИРОВКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ

С.В. Разуков, студент

Научный руководитель М.А. Сачко,

старший преподаватель кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В настоящее время распределенные сети приобретают все большую популярность. Гораздо удобнее и выгоднее хранить и обрабатывать данные, которые физически располагаются не на одной машине, а на целом вычислительном кластере. Увеличение количества серверов в такой сети влечет за собой увеличение вычислительной мощности, и как следствие - улучшения качества сервиса. В то же время, с повышением удобства повышается и вычислительная нагрузка на подобные сети. Для того, чтобы эффективно управлять возрастающей нагрузкой и перераспределять абонентов сети на более выгодные положения, создан целый ряд вычислительных технологий, начиная от программных реализаций и заканчивая узкоспециализированными аппаратными решениями. Путем анализа этих технологий было выделено направление исследования, целью которого являлось выявление наиболее подходящих решений балансировки нагрузки для сети бизнес-инкубаторов и технопарков, а также разработка проекта внедрения подобного решения в существующую информационную сеть бизнес-инкубатора ВГУЭС.

Целью работы является изучение существующих технологий для организации балансировки нагрузки на децентрализованную информационную сеть, выбор наиболее подходящего решения для создания механизма распределения трафика внутри уже существующей сети.



Рис. 1 - Реализация балансировки нагрузки

На данный момент существуют огромное число разнообразных технологий для балансировки сетевой нагрузки. Существует два основных способа реализации этих технологий: программная и аппаратная.

В качестве аппаратного средства балансировки нагрузки может выступать специализированное устройство - аппаратный балансировщик(распределитель) или маршрутизатор с функцией load balancing.

Из программных реализаций можно выделить следующие, наиболее часто применяющиеся в реальных проектах, технологии:

- **Round Robin DNS** - Циклическое распределение нагрузки, путем определения нескольких IP адресов для одного DNS имени.
- **Ibnamed** - DNS сервер поддерживающий распределение нагрузки в зависимости от состояния конечных серверов.
- **LVS Linux Virtual Server** - технология, позволяющая распределять нагрузку на сетевом и транспортном уровнях.

– **HAProxy** - Быстрый и легкий прокси-сервер позволяющий перенаправлять запросы, в зависимости от нагрузки конечного сервера.

Зачастую используют смежные решения, когда аппаратные распределители могут заменять программные и наоборот.

Под аппаратным балансировщиком нагрузки понимают высокоинтеллектуальное устройство, способное выполнять анализ трафика в реальном времени и распределять поток, согласно внутренним настройкам. Все запросы пользователей из внешнего мира проходят через распределитель. Для определения, кому из серверов отправить запрос, балансировщик собирает огромное количество информации о работе сети. Используя эти данные, балансировщик может выбрать конечный сервер. Выбор как правило производится согласно одному из алгоритмов распределения.

Самым высоким недостатком аппаратных балансировщиков нагрузки является их цена. Решения, которые покрывают большую часть необходимого функционала стоят гораздо дороже, чем базовые варианты, список функций которых очень ограничен. Кроме того, иногда введение в сеть аппаратного балансировщика может изменить топологию сети, что не всегда возможно или же весьма затратное.

К плюсам аппаратных распределителей можно отнести высокую скорость работы, единое централизованное управление (которое может стать и минусом, если нет необходимых специалистов в штате сотрудников) а также высокую надежность.

К программным реализациям методов балансировки относят нижеприведенные технологии.

Алгоритм Round robin - алгоритм распределения элементов, методом их перебора по кругу. Применяется во многих сферах, благодаря простоте реализации и эффективности выполнения. Алгоритм Round Robin используется во многих серверах, например в популярном DNS сервере BIND, PowerDNS и прочих. Для распределения нагрузки необходимо для одного доменного имени создать несколько записей типа A. Сервер автоматически будет выдавать клиентам адреса по очереди.

Несомненным достоинством этого алгоритма является поддержка его во многих популярных серверах, а также простота настройки. Недостатком этой технологии является тот факт, что DNS сервер не знает о нагрузке серверов, чьи адреса он отдает клиентам, поэтому теоретически может возникнуть большая нагрузка на один из серверов, в то время, как остальные будут свободны. Ещё один недостаток - невозможность управления и мониторинга нагрузки на сервер.

Балансирующий DNS-сервер Ibbalanced состоит из двух компонентов: клиентской части – демона Ibbalanced, который занимается мониторингом состояний хостов, и серверной части Ibbalanced - непосредственно DNS сервера, который выступает клиентом по отношению к демону. Сервер занимается распределением имен согласно информации, поступающей от демона.

Неоспоримым достоинством Ibbalanced является тот факт, что для использования его, в распределённой сети не нужно менять логическую и физическую топологию. Достаточно лишь заменить имеющийся DNS сервер на Ibbalanced и установить на хостах демон Ibbalanced. В то же время, использование Ibbalanced в качестве решения для балансировки нагрузки влечет за собой ряд проблем. Основной и нерешаемой проблемой, при использовании DNS в качестве технологии балансировки, является возможность клиентов сети кэшировать результаты DNS запроса.

Linux Virtual Server - является linux-based решением для создания высокоэффективных и легко масштабируемых кластеров. Фактически представляет собой программный маршрутизатор с функцией объединения хостов в одно виртуальное пространство для последующей балансировки запросов. Потоки трафика будут распределяться между реальными серверами согласно одному из поддерживаемых алгоритмов перенаправления. LVS сервер выполняет роль шлюза в сетевой конфигурации. На директоре включается модуль ядра ipvs и настраиваются правила маршрутизации трафика. Несомненным преимуществом данной технологии, по сравнению с предыдущими являются наличие возможности более продвинутого управле-

ния нагрузкой. Распределять потоки трафика можно в зависимости от нагрузки на конечный сервер, количества подключений на нём или от факта доступности необходимой серверной службы, причем не требуя установки дополнительного ПО на сервера в кластере. Также, данная технология является отличным решением для сетей, в который уже используются маршрутизаторы на базе ОС Linux - для организации балансировки достаточно включить нужные механизмы в ядре системы и определить правила перенаправления пакетов.

HAProxy - одно из типовых решений для организации распределения tcp \ http соединений по различным серверам, в зависимости от многих критериев.

HAProxy представляет собой прокси-сервер, позволяющий обрабатывать пакеты на прикладном уровне. Нацелен преимущественно на организацию бесперебойной работы web-серверов. По мнению авторов HAProxy является «Наиболее быстрым и легким решением для организации высоконагруженных проектов». Заявление это подкрепляет тот факт, что HAProxy в своем составе используют многие широкоизвестные сетевые проекты, а также крупные фирмы - Twitter, Virgin America airlines, ITA Software, GitHub, Fedora.

Заключение. Проблема балансировки трафика в распределенных сетях считается на текущий момент наиболее актуальной. Для наилучшего соотношения цена \ качество на рынке услуг приходится выбирать решения, которые позволяют наиболее качественно выполнять поставленную задачу с наименьшими затратами. С ростом спроса на информационный товар, растет и нагрузка на обслуживающее оборудование. Там, где раньше обходились одним высокопроизводительным сервером, сейчас требуется целый кластер или сеть кластеров, раскиданных по всему миру. Несомненно, что камнем преткновения таких систем будет являться механизм, распределяющий клиентов по необходимым узлам. Существующие системы как правило содержат ограниченные возможности управлением потока трафика, а наиболее подходящие решения оказываются наиболее дорогими, или требуют перепланировки всей сети, что в условиях фирмы, которая работает в режиме 24\7, просто недопустимо - малейшая задержка грозит финансовыми потерями. Выбранный метод, позволяет при малейшей доработке устранить эти проблемы, обеспечивая уровень сервиса на порядок выше, чем многие программные решения, и в то же время требуя минимальных затрат на установку в сеть организации, а также обладая низкой стоимостью, в отличие от специализированных устройств. С внедрением в сеть фирмы данного решения станет доступным:

- Распределение клиентов согласно географическому расположению - на ближайший к клиенту сервер.
- Контроль над нагрузкой конечных серверов.
- Своевременное реагирование при выходе системы из строя.
- Мониторинг потоков трафика в реальном времени.

РАЗРАБОТКА ОТЧЕТОВ ДЛЯ РАСЧЕТА СЕБЕСТОИМОСТИ И ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ТОВАРА В СИСТЕМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2»

Д.Д. Соломко, студент

Научный руководитель **С.М. Семенов**, канд. техн. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

С развитием корпораций предприятий торговли и бизнеса появилась необходимость создания универсальной системы автоматизации экономической и организационной деятельности предприятия. Поскольку, такая деятельность может быть довольно разнообразной, система должна иметь возможность «приспосабливаться» к особенностям конкретной области учета на предприятии, в которой она используется.

Конфигурация «Управление торговлей» – тиражное прикладное решение, позволяющее в комплексе автоматизировать задачи оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций. Решение предназначено для автоматизации учета в организациях, занимающихся оптово-розничной торговлей, и позволяет вести оперативный учет и управление не только торговыми, но и складскими и финансовыми операциями.

Актуальность разработки состоит в том, что клиентоориентированный подход в торговле и производственной сфере требует все более точных отчетов для расчета себестоимости и оборачиваемости товара.

В отчетах типовой конфигурации «Управление торговлей» существуют некоторые недоработки, например в отчете «Анализ оборачиваемости товаров» основной проблемой является работа только с одним регистром партий товаров по складам, который не всегда ведется, поэтому целесообразно использовать регистр товара по складам. А отчет для расчета себестоимости товара вовсе не реализован.

Новизна работы заключается в доработке отчета для расчета оборачиваемости товара и разработке принципиально нового отчета для расчета себестоимости товара.

Основной целью работы является получение себестоимости товара как суммы закупочной цены и дополнительных расходов, связанных с таможенным оформлением, а также оборачиваемости товара как отношения количества проданного товара к среднему остатку за период

При построении отчета мы пользуемся механизмом системы компоновки данных.

Для обмена информацией между различными конфигурациями используется механизм XDTO.

Механизм XDTO предназначен для объектного моделирования данных, описываемых схемами XML, и является универсальным способом представления данных для взаимодействия с различными внешними информационными системами. Механизм XDTO прежде всего используется для описания типов параметров и возвращаемых значений Web-сервисов и манипулирования передаваемыми и возвращаемыми данными. XDTO – это в чистом виде структура, состоящая из свойств, у которых могут быть значения. Ее основная задача – это моделирование данных, описанных с помощью XML-схемы.

Создание и изменение вариантов отчета и настроек вариантов отчета возможно как в конфигураторе, так и в режиме «1С:Предприятие». Основной сценарий работы предполагает, что все пользователи работают с одними и теми же вариантами отчетов, а настройки этих вариантов у каждого пользователя – свои собственные. В тоже время разработчик может реализовать и другие сценарии работы: варианты и настройки общие для всех, собственные варианты и настройки для отдельных групп пользователей, персональные варианты и настройки.

Цель работы заключается в разработке программы для получения себестоимости товара, как суммы закупочной цены и дополнительных расходов, связанных с таможенным оформлением, а также оборачиваемости товара как отношения количества проданного товара к среднему остатку за период. Основной задачей разработки является автоматизация получения управленческой информации и разработка механизмов визуализации результатов отчетов в системе «1С:Предприятие 8.2»

Разработка структуры - На данном этапе мы проводим анализ требований к разрабатываемым отчетам.

Разработка программных модулей системы на встроенном языке программирования «1С:предприятие 8.2». Результатом работы является готовый программный продукт.

Расчет безопасности жизнедеятельности. С помощью методов охраны труда вычисляется влияние вредных факторов компьютера от пользования данной разработкой на пользователя. Результатом данного этапа является соблюдение ГОСТов охраны труда.

Расчет себестоимости проекта. Расчет специализации разработки и затрат на дипломный проект. Результатом является себестоимость дипломного проектирования.

Написание руководства оператора системы, руководствуясь единой системой программной документации. Результатом является руководства оператора.

РАЗРАБОТКА ОТЧЕТА «ПРОДАЖИ И ОСТАТКИ ПО ПЕРИОДАМ» В СИСТЕМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2»

А.В.Тысячный, студент

Научный руководитель **С.М. Семенов**, канд. техн. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Фирма «1С» специализируется на дистрибуции, поддержке и разработке компьютерных программ и баз данных делового и домашнего назначения.

Система 1С: Предприятие предназначена для автоматизации управления и учета на предприятиях различных отраслей, видов деятельности и типов финансирования, и включает в себя решения для производственных предприятий (комплексное решение «1С:Управление производственным предприятием 8»), торговых предприятий, продукты для ведения бухгалтерского учета («1С:Бухгалтерия»), для учета в бюджетных организациях, расчета зарплаты и управления кадрами, разнообразные отраслевые и специализированные решения, разработанные как самой фирмой «1С», так и ее партнерами.

Ключевым направлением развития системы программ является развитие нового поколения управленческих и учетных решений на технологической платформе 1С: Предприятие 8 и реализация в них мощной функциональности, предназначенной для организации управления современным предприятием.

В 1С: Предприятие имеются типовые отчеты. Например, типовой отчет «Ведомость по товарам на складах».

Актуальность Разработки отчета «Продажи и остатки по периодам» состоит в том, что предприятие имеет в своем составе несколько складов, в том числе удаленных. Требуется получать информацию об обеспеченности складов товаром.

В типовом отчете «Ведомость по товарам на складах» не реализуются все поставленные задачи. Например, нет количества дней, наличие товара на складах, а также продажи не отделены от перемещений товара.

Новизна работы заключается в разработке отчета «продажи и остатки по периодам» и доработке минусов типового отчета.

Основной целью работы является получение информации по количеству дней наличия и по количеству проданного товара по складам по периодам.

При построении отчета мы пользуемся запросом.

Для формирования и выполнения запросов к Таблицам базы данных в системе используется специальный объект Запрос. Запрос удобно использовать, когда необходимо получить сложную выборку данных, сгруппированную и отсортированную нужным образом. Одним из классических примеров его применения может служить сводка по состоянию регистра учета на определенный момент времени. Кроме того, механизм запросов позволяет легко получать информацию в различных временных разрезах.

Для постановки задачи по разработке отчета «Продажи и остатки по периодам» в системе «1С:Предприятие 8.2», были проанализированы существующие аналоги типовых отчетов 1С:Предприятие, после чего сделаны выводы, о необходимости разработки отчета «Продажи и остатки по периодам» для упрощения работы заказчика.

Разработка структуры – На данном этапе мы разрабатываем требования к отчету. Результатом является создание структуры работы отчета.

Разработка себестоимости проекта. Расчет специализации разработки и затрат на дипломный проект. Результатом является себестоимость разработки дипломного проектирования.

Создание руководства оператора. Создание специализированного руководства оператора по эксплуатации отчетов с помощью единой системы программной документации.

Расчет безопасности жизнедеятельности. С помощью методов охраны труда вычисляется влияние вредных факторов компьютера от пользования данной разработкой на пользователя. Результатом данного этапа является соблюдение ГОСТов охраны труда.

Разработка программных модулей системы на встроенном языке 1С Предприятие 8.2, результат данного этапа является готовый программный продукт.

ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ СПОРТИВНОГО ВОЖДЕНИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ

Н.П. Цыбай, студент

Научный руководитель **Е.В. Сербина**,

старший преподаватель кафедры сервиса и технической эксплуатации автомобилей

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является ознакомление с основными элементами спортивного вождения, применимыми для обеспечения безопасности дорожного движения.

Философия безопасности

За последние 50 лет автомобиль сильно изменился. Он стал более безопасным, более экономичным, но и более скоростным. Современный автомобиль легко разгоняется до скорости 220км/ч, а максимальная скорость многих авто превышает 250 км/ч. Это ставит водителей в трудное положение: скорость ограничена только правилами дорожного движения, но машины могут ездить очень быстро. И здесь каждый делает свой выбор. Но беда в том, что быстро ездят и те, кто не умеет как следует управлять автомобилем. Именно поэтому на одной из ассамблей ООН вопрос безопасности на дорогах был выделен, как важнейшая проблема современности: «Несмотря на небольшие улучшения в некоторых странах. В мире на дорогах ежегодно погибает около 1,2 миллиона человек. Безопасность на дорогах - это не лотерея: повезет – не повезет! Это важнейшая задача сохранения здоровья и благополучия граждан. От нас требуются действия!»

Спортивное вождение – самый безопасный стиль управления автомобилем. Это факт и споры здесь не уместны. Гонщики, владеющие основами спортивного вождения, умеют очень многое. Они просто творят за рулем чудеса. И дело тут не в смелости или отваге. Просто они посвящены в суть процессов, сконцентрированных в самой важной области, которая называется «пятно контакта шины с трассой». Именно здесь появляются, неведомые для обычного водителя таинственные взаимоотношения между тормозами, акселератором и поворотом руля. Иными словами гонщики всегда знают, каков потенциал сцепления шины с дорогой и насколько этот самый потенциал ими используется в данный момент. Вариант, когда машину «вдруг занесло» невозможен в принципе.

На дорогах водителя подстерегает множество опасностей. Аварийные ситуации могут провоцировать играющие на проезжей части или рядом с ней дети, мотоциклисты и велосипедисты, медленно ползущая или притаившаяся за углом дорожная техника. Встречное движение, перекрестки так же требуют дополнительной концентрации. Внимание, вот что здесь требуется и что определяет мастерство водителя в первую очередь.

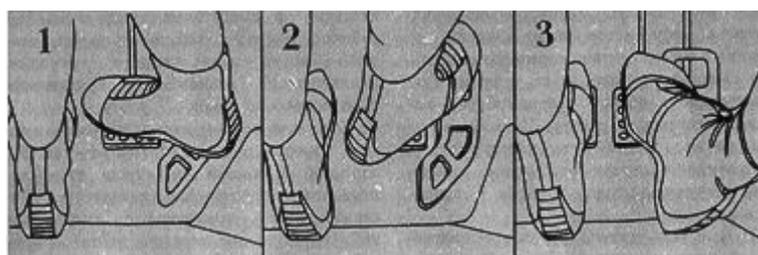
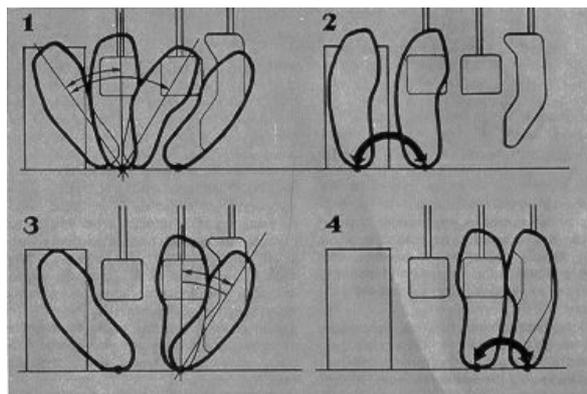
Органы управления

Органы управление автомобилем можно разделить на следующие системы управления и контроля: Приборы; педаль тормоза; педаль газа; руль; зеркала; Переключение передач

Приборы должны быть читаемы буквально с полу-взгляда. Удобнее всего такое расположение стрелок, когда наиболее важный диапазон их перемещения приходится на верхнюю часть циферблата. Компьютерные приборные доски могут предоставлять массу информации, полезной для улучшения результата. Но не дайте заманить себя в ловушку – информации

должно быть ровно столько, сколько вы способны воспринять, «переварить». Кто-то во время гонки успевает следить за десятками приборов, а кому то и тахометра слишком много.

Педалю тормоза мы перемещаем вес автомобиля вперед, изменяя его динамический баланс, т.е. создавая его негативное ускорение. Поэтому основная тормозная нагрузка приходится на передние колеса: при торможении они нагружаются, и ничего другого не дано. Следовательно, торможение сильно меняет динамический баланс автомобиля. При торможении надо помнить, что чем нежнее обращение с тормозной педалью, тем лучше будет сбалансирован автомобиль и тем больше шансов пройти поворот на пределе, максимально быстро. Естественно, нажатие и отпускание тормозной педали должно происходить очень быстро. Но скорость нажатия не должна быть одинаковой – самое важное, что бы торможение было прогрессивным, т.е. с увеличивающимся давлением на педаль. Начинать торможение нужно плавно – чем дальше, тем больше увеличивая силу нажатия на педаль. Если затормозить слишком резко, передние колеса окажутся перегруженными и заблокируются. Отпускать педаль нужно тоже очень плавно, но при этом максимально быстро.



При сбросе газа машина замедляет ход, Торможением это не называть, но замедление в $0,2\text{м/с}^2$ на машинах с большим объемом двигателя гарантируется. Это достаточно, для перераспределения веса вперед, следовательно, для облегчения задней оси. Когда под колесами скользкое покрытие, резкого сброса газа при условии, что колеса повернуты даже на минимальный угол, вполне достаточно, чтобы задняя ось уплыла в сторону. Резкое прибавление газа, напротив, перераспределяет вес назад. Нажатие на газ так же должно быть прогрессивным. Что это означает? Педаль газа это не рубильник : «вкл – выкл». У нее есть и промежуточные положения. Нажимать педаль газа прогрессивно это означает разгонять автомобиль так, что он буквально «идет» за педалью газа.

Как водитель определяет место на дороге, в котором нужно повернуть? Куда он смотрит, что бы ехать точно посередине своей полосы в повороте? Водитель всегда должен смотреть туда, где он желает оказаться. Еще очень важный момент – водитель должен смотреть туда, куда он желает направить автомобиль, и тут же переводить взгляд на следующую точку, где он желает оказаться. Это называется ведение взгляда – основой грамотной езды на больших скоростях.

Грамотный гонщик всегда знает, кто из соперников находится рядом и сзади него. Конечно, постоянно смотреть в зеркала не надо. Известны случаи, когда гонщики вылетали с трассы, чрезмерно увлекшись зеркалами заднего вида. У других возникали проблемы из-за того, что они, наоборот, не пользовались зеркалами, точнее, проблемы из-за этого возникали у их соперников. Грамотный гонщик постоянно пользуется зеркалами, руководствуясь правилом: постоянно знать, кто из соперников или других участников движения находится слева, справа и сзади.

Многие гонщики судят о мастерстве коллег по тому, насколько быстро те умеют переключать передачи. Такой критерий не верен! Время, сэкономленное на молниеносном переключении, настолько незначительно, что не дает заметного выигрыша, а вот в случае, если быстрое переключение не получилось, потери велики. Включение пониженной передачи – один из камней преткновения в технике пилотирования. Многие уверены, что тормозное усилие двигателя поможет быстрее затормозить автомобиль. Нет, нет и нет! Используя компрессию двигателя, вы только нарушаете тормозной баланс и снижаете эффективность торможения.

Баланс автомобиля

Давайте прежде всего выясним, чем автомобиль «держится» за дорогу. Это пятно контакта (рис 1) – отпечаток рабочей поверхности шины на покрытие трассы, размером с книгу небольшого формата. Всего их четыре.

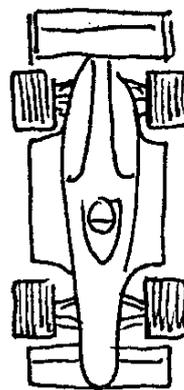
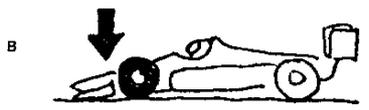
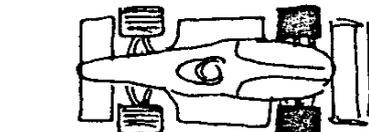
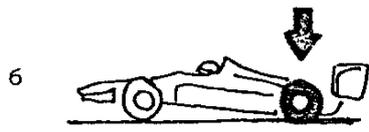
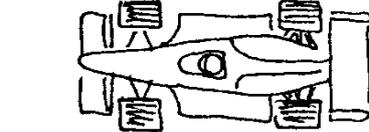
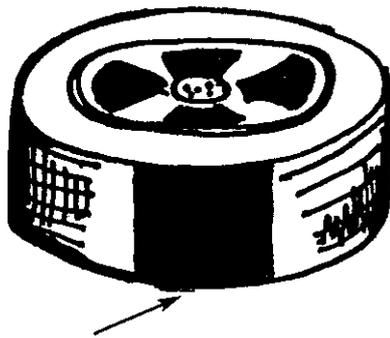
Естественно, чем больше пятно контакта, тем лучше сцепление, но размер шин ограничен техническими требованиями. Сцепление так же зависит от нагрузки на шину. Чем выше нагрузка – тем выше сцепление. А чем больше сцепление шин с дорогой, тем лучше управляется автомобиль и тем быстрее он будет на трассе. Но слишком тяжелый автомобиль будет плохо разгоняться и тормозить, а излишне нагружать его с помощью аэродинамических приспособлений тоже не выгодно – из-за сопротивления воздуха упадет максимальная скорость.

Все неоднократно видели, как при резком ускорении задняя часть автомобиля приседает. Это происходит оттого, что вес машины перераспределяется назад. Во время торможения машина как бы клюет носом, и это происходит из-за перераспределения веса вперед (рис 1). В повороте вес перераспределяется в горизонтальной плоскости в наружной части, вызывая крен автомобиля. (рис .2). Во всех описанных случаях вес машины остается, конечно, неизменным, происходит лишь его перераспределение.

Состояние, при котором вес равномерно распределен между четырьмя шинами, называют сбалансированным. Что делать, что бы меньше нарушать этот баланс? Поворачивать руль как можно более плавно и на минимально необходимый угол. При резком рулении скорость перераспределения веса будет больше. А при плавном и нежном – значительно меньше. Плавно отпускайте и нажимайте педаль тормоза и газа.

Идеальная траектория

«О траектории движения в повороте написаны книги, и это тема бесконечных дискуссий, которая на практике не стоит выеденного яйца», - Ники Лауда (трехкратный чемпион мира в автогонках класса Формула 1). В принципе он прав, идеальная траектория для каждого поворота одна – на скорости машина сама «хочет» по ней идти, и кстати, классическая траектория движения по каждому известному в мире автодрому давно и четко обозначена в специальных гоночных справочниках. На самом деле траектории двух автомобилей в гонке могут различаться на считанные сантиметры, незаметные на глаз.



Теперь следует вспомнить «составные части» поворота (рис. 3), а это:

Зона входа в поворот – определений дано масса – это место, где пилот начинает поворачивать руль, это место где заканчивается торможение автомобиля, это место, где спортсмен начинает перестраиваться, для нужной траектории. В принципе, все эти определения верны. Зона входа в поворот – это зона, где заканчивается последняя фаза торможения и начинается работа рулем (в классическом варианте!).

Апекс – это та точка поворота, где колеса проходят как можно ближе к внутреннему краю дороги. Это самый «пик» поворота.

Зона выхода из поворота – зона разгона, после поворота.

Можно разделить поворот и по скоростным режимам, что часто практикуется в школах экстремального вождения. А именно это зоны:

- Торможения.
- Движения с одинаковой скоростью.
- Разгон.

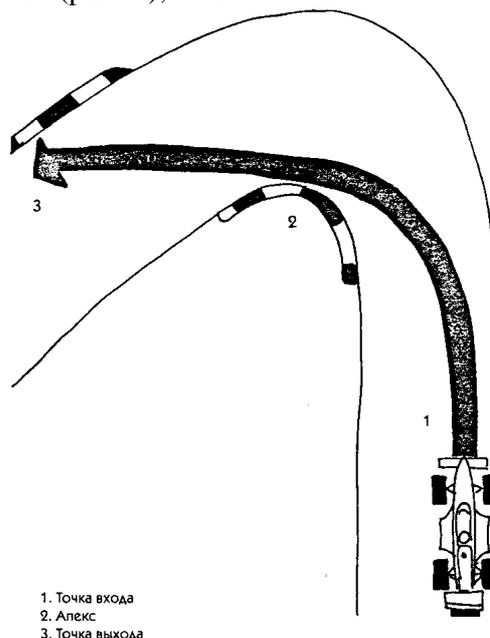
В торможении спортсмен уже выбрал свою требуемую траекторию. Нужно помнить, что руль следует поворачивать только с отпущенной педалью тормоза, что бы избежать блокировки передних колес. Движение с постоянной скоростью. В этом участке совершается главная работа рулем. В этом промежутке давить на газ или на тормоз бессмысленно – вы потеряете контроль над машиной.

Вы начинаете разгон. Самое важное в этой зоне – правильно выдержать траекторию, которая была заложена еще в начале входа в поворот. Так как если в зоне проката руль был повернут слишком сильно, машину нужно будет «распустить» – взять более близко к краю дороги. Если наоборот, нужно довернуть к центру – слишком малый угол руления в повороте. Ехать нужно на автопилоте, играя на опережение, совершать действия чисто автоматически, не думая о них.

«Я умею достигать уровня, когда опережаю сам себя – может быть, на пять десятых секунды. Когда моя машина входит в поворот, я уже нахожусь в апексе. Когда машина проходит апекс я уже штурмую выход из поворота» – эти слова принадлежат Айртону Сенне трехкратному чемпиону мира в автогонках класса Формула 1.

Практиковать такие варианты прохождений поворотов можно на специально закрытых площадках, а так же в повседневном вождении. Самое главное точно определять и знать габариты своего автомобиля.

В данной работе, я хотела осветить главные аспекты гоночного вождения. Кратко описать, какие процессы происходят с автомобилем с точки зрения сил физики, механики. Ведь если водитель машины понимает, что произойдет с машиной, если повернуть руль не резко, а плавно, но быстро или как разгонять машину, что б ее «нечаянно не унесло в сторону» это залог контроля над ней. А если мы контролируем машину – это залог безопасного вождения в городском потоке движения, на загородной трассе или на площадке, для практики.



1. «Как правильно управлять автомобилем» / М.Г. Горбачев. – М.: РИПОЛ классик, 2008.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПЕРЕОЦЕНКИ ТОВАРА У КОМИССИОНЕРА В СИСТЕМЕ «1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.2»

А.А.Чернышев, студент

Научный руководитель **С.М. Семенов**, канд. техн. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Фирма «1С» специализируется на дистрибуции, поддержке и разработке компьютерных программ и баз данных делового и домашнего назначения.

Система 1С: Предприятие предназначена для автоматизации управления и учета на предприятиях различных отраслей, видов деятельности и типов финансирования, и включает в себя решения для производственных предприятий (комплексное решение «1С:Управление производственным предприятием 8»), торговых предприятий, продукты для ведения бухгалтерского учета («1С:Бухгалтерия»), для учета в бюджетных организациях, расчета зарплаты и управления кадрами, разнообразные отраслевые и специализированные решения, разработанные как самой фирмой «1С», так и ее партнерами.

Ключевым направлением развития системы программ является развитие нового поколения управленческих и учетных решений на технологической платформе 1С: Предприятие 8 и реализация в них мощной функциональности, предназначенной для организации управления современным предприятием.

Актуальность Разработки программных средств переоценки товара состоит в том, что предприятие требуется получать информацию об изменении цены товара.

В типовом отчете «переоценка у комиссионера» не реализуются все поставленные задачи. Например, не выводится информация о комиссионерах, и нет информации о продажах. Новизна работы заключается в разработке отчета «переоценка у комиссионера», и доработки минусов типового отчета.

Основной целью работы является получение информации об изменении цен, наличия и количество проданного и поступившего товара.

При построении отчета мы пользуемся запросом.

Для формирования и выполнения запросов к Таблицам базы данных в системе используется специальный объект Запрос. Запрос удобно использовать, когда необходимо получить сложную выборку данных, сгруппированную и отсортированную нужным образом. Одним из классических примеров его применения может служить сводка по состоянию регистра учета на определенный момент времени. Кроме того, механизм запросов позволяет легко получать информацию в различных временных разрезах.

Для постановки задачи по разработке программных средств переоценки товара у комиссионера в системе «1С:Предприятие 8.2», были проанализированы существующие аналоги типовых отчетов 1С:Предприятие, после чего сделаны выводы, о необходимости разработки для упрощения работы заказчика.

Разработка структуры – На данном этапе мы разрабатываем требования к отчету. Результатом является создание структуры работы отчета.

Разработка себестоимости проекта. Расчет специализации разработки и затрат на дипломный проект. Результатом является себестоимость разработки дипломного проектирования.

Создание руководства оператора. Создание специализированного руководства оператора по эксплуатации отчетов с помощью единой системы программной документации.

Расчет безопасности жизнедеятельности. С помощью методов охраны труда вычисляется влияние вредных факторов компьютера от пользования данной разработкой на пользователя. Результатом данного этапа является соблюдение ГОСТов охраны труда.

Разработка программных модулей системы на встроенном языке 1С Предприятие 8.2, результат данного этапа является готовый программный продукт.

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ОТЧЕТОВ ДЛЯ АВС-АНАЛИЗА КОНТРАГЕНТОВ В ПРОГРАММЕ 1С: БУХГАЛТЕРИЯ 8

А.В. Шуленина, студент

Научный руководитель **В.М. Гриняк**, канд. техн. наук,
доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

*Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Целью работы является создание обработки платформы 1С: Предприятие 8 для обеспечения АВС анализа продаж в разрезе контрагентов.

Программа предназначена для проведения АВС анализа продаж в разрезе контрагентов. В настоящее время торговые и производственные предприятия характеризуются высокими требованиями к уровню информатизации, который обеспечивается интегрированной корпоративной информационной системой предприятия. АВС анализ продаж является одной из полезных и важных функций такой системы для обеспечения работы менеджеров предприятия. АВС-анализ позволяет определить относительную ценность (привлекательность) разных сегментов (в данном случае групп контрагентов) и правильно распределить свои усилия на работу с ними. АВС-анализ проводится на основе данных, внесенных в информационную базу. На основе данных, полученных в результате АВС-анализа можно перераспределить списки контрагентов по группам важности клиентов. При этом для клиентов предусмотрены три группы важности: высокая (класс «А»), средняя (класс «В»), низкая (класс «С»). Выбор показателей и критерии для построения АВС-таблицы пользователь задает самостоятельно в настройках обработки. После выполнения обработки каждому контрагенту, участвующему в АВС-классификации, будет присвоена соответствующая категория.

Разрабатываемая в рамках настоящего проекта программа для решения задачи АВС анализа данных о продажах призвана расширить функциональность стандартной конфигурации 1С: Бухгалтерия 8.

Внедрение в практику работы менеджеров производственных и торговых компаний АВС анализа продаж существенно повышает эффективность управленческого учета на предприятии и, в конечном итоге, позволяет улучшить финансовые показатели. Настоящая работа выполняется в рамках именно этой целевой установки.

Реализация системы отчетов предполагает сбор сведений в денежном выражении из первичной документации (приходных кассовых ордеров, накладных и др.), приведение стоимостных выражений к единой валюте, затем осуществление АВС анализа, с возможностью изменения пороговых уровней процентных значений каждой категории пользователем и визуализацию полученных данных в виде отчета.

Разработка системы отчетов для АВС анализа контрагентов предусмотрена на базе платформы 1С: Предприятие 8 в связи с тем, что в настоящее время данный программный комплекс широко распространен среди организаций в самых различных отраслях экономики.

Итогом проектирования является системы отчетов, которая имеет дружественный интуитивно понятный интерфейс (является наглядной и простой в освоении).

С экономической точки зрения подобное нововведение значительно облегчит работу менеджера, позволит более эффективно распределять усилия по работе с определенными группами контрагентов, планировать развитие политики организации в отношении конкретных партнеров и клиентов и корректировать маркетинговую политику.

ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА И ЭКОНОМИКИ

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДОРОЖНОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ

А.А. Аверина, студент

Научный руководитель **В.В. Комиссарова**, ассистент кафедры мировой экономики и экономической теории

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Одним из ключевых звеньев развития российской экономики становится совершенствование транспортной системы страны.

Насколько важны автомобильные дороги для страны с такой обширной территорией, как Россия, понимают, наверное, все. Без транспортных артерий невозможна жизнедеятельность даже мелких населенных пунктов, не говоря уже о мегаполисах. Автодороги во многом определяют возможности развития регионов, по ним осуществляются самые массовые перевозки грузов и пассажиров. Развитие дорожной сети дает экономике новые производственные возможности за счет снижения транспортных издержек и затрат времени на перевозки [1]. Качество автомобильных дорог существенным образом влияет на уровень цен в стране, следовательно, на благосостояние населения, уровень внутреннего спроса и увеличение ВВП, а как следствие, и на объем собираемых налогов. Отсюда и требования к качеству дорог, которое оставляет желать лучшего.

Дорожное хозяйство Российской Федерации на современном этапе является неотъемлемой частью единой транспортной системы страны, управление этим внушительным по линейной протяженности, инженерной сложности и стоимости комплексом в настоящее время возложено на Федеральное дорожное агентство Министерства транспорта Российской Федерации.

С 8 ноября 2007 года в России действуют новые принципы классификации автомобильных дорог, которые описываются в Федеральном законе № 257 – ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

По данному закону автомобильные дороги в Российской Федерации в зависимости от их значения подразделяются на:

- автомобильные дороги федерального значения;
- автомобильные дороги регионального или межмуниципального значения;
- автомобильные дороги местного значения;
- частные автомобильные дороги [1].

Протяженность автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения на территории Российской Федерации составляет почти половину всей дорожной сети – 493,3 тыс. км. Из них 449,9 тыс. км – дороги с твердым и усовершенствованным покрытием и 43,4 тыс. км – грунтовые. В 2010 году за счет средств субъектов Российской Федерации объем выполненных работ на автомобильных дорогах регионального значения составил 184,1 млрд. рублей. Из них на содержание направлено 54,9 млрд. рублей, на ремонт – 38,4 млрд. рублей, на капитальный ремонт – 9,6 млрд. рублей. При этом отремонтировано 5844 км автодорог и 11 136 п. м мостов; капитально отремонтировано 546 км дорог и 2280 п. м мостов. На строительство и реконструкцию автодорог направлено 61,1 млрд. рублей. Введено в эксплуатацию 1182 км вновь построенных и реконструированных автомобильных дорог и 8873 п. м мостов.

Вместе с тем потребность в финансовых ресурсах на выполнение работ по содержанию, ремонту и капитальному ремонту автодорог регионального значения в 2010 году по региональным нормативам денежных затрат составила 964,2 млрд. рублей. Фактическая обеспеченность средствами работ по содержанию автодорог составила 15,6%, по ремонту – 17,6%, по капитальному ремонту – 1,3% от норматива. В результате работы по капитальному ремонту, например, велась только в 35 субъектах Российской Федерации, причем в 22 из них объемы

ремонта были менее 10 км. В таких условиях одной из основных задач, стоящих перед территориальными органами управления автомобильными дорогами, по – прежнему остается обеспечение сохранности существующей сети автомобильных дорог [2].

На протяжении уже целого ряда лет ставится задача достижения не только достаточных объемов, но и совершенствования механизмов финансирования, а также управления в дорожном хозяйстве. В условиях нового подхода к расходованию бюджетных средств преимущество должно отдаваться долговременным приоритетам, реализации программно – целевого принципа планирования и исполнения бюджетов.

Согласно Основам концепции реформирования дорожного хозяйства Российской Федерации в данной отрасли существует ряд проблем, требующих решения.

Первая проблема связана с противоречиями между огромными потенциалами, которыми располагает Российская Федерация – территориальным, природно-сырьевым, топливно-энергетическим и относительно низким уровнем обеспеченности автомобильными дорогами, особенно в Сибири и на Дальнем Востоке, что не позволяет в полной мере осваивать ресурсы этих регионов.

Вторая проблема вызвана увеличением ВВП, ростом спроса на автомобильные перевозки, численности парка автотранспортных средств и уровня автомобилизации в Российской Федерации, а, с другой стороны, – отставанием в развитии дорожной сети.

Третья проблема связана с тем, что в условиях глобализации мировой экономики и развития внешнеэкономических связей, предстоящего вступления России в ВТО территория Российской Федерации может оказаться в экономической изоляции из – за отставания в развитии автодорожной сети, несоответствия ее международным требованиям, отсутствия развития сети скоростных автомагистралей, позволяющих без задержек движения пересечь всю страну.

Четвертая проблема связана с потребностью в привлечении значительных капиталовложений в модернизацию и развитие автодорожной сети, а, с другой стороны, – с низкой инвестиционной привлекательностью дорожной отрасли из – за высокой капиталоемкости дорожных объектов и длительного срока их окупаемости, что сдерживает приток частных инвестиций.

Нерешенность указанных проблем приводит к тому, что автомобильные дороги сегодня выступают одним из ограничений, сдерживающих экономический рост, снижающих конкурентоспособность значительной части российских товаров, ухудшающих качество жизни населения [3].

Но в настоящее время активизировалось строительство дорог в Дальневосточном регионе, в целях более активного заселения гражданами нашей страны малозаселенных районов России. Расширяется строительство дорог в Сибири для повышения конкурентоспособности региона в условиях увеличения торгово-экономических связей «Европа – Азия». Это не только повысит роль Сибири, но и в целом, России – на рынках стран АТР. Возобновляется работа дорожного фонда. Внедряются новые технологии в области управления, а также такие инновации как повышение качества строительных материалов и безопасности движения. Внедряются формы государственного – частного партнерства (ЧГП).

Наиболее эффективным путем, как показал опыт развитых стран, является улучшение качества предоставляемых государством транспортных услуг населению и бизнесу за счет обеспечения современного качества автомобильных дорог на основе частно-государственного партнерства.

ЧГП представляет собой совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях и может быть представлено:

- любыми взаимовыгодными формами взаимодействия государства и бизнеса;
- государственными контрактами;
- арендными отношениями;
- финансовой арендой (лизинг);
- государственно-частными предприятиями;
- соглашениями о разделе продукции;
- концессионными соглашениями.

ЧГП обращается к инновационным методам, применяемым государственным сектором для заключения контракта с частным сектором, использующим свой капитал и управленческий потенциал при реализации проектов в соответствии с установленными временными рамками и бюджетом. Государственный сектор сохраняет ответственность за обеспечение населения этими услугами выгодным для него способом и оказывает позитивное воздействие на экономическое развитие и повышение качества жизни населения. ЧГП рассматривается как конкретные проекты, реализуемые совместно государственными органами и частными компаниями на объектах федеральной, региональной и муниципальной собственности.

На сегодняшний день ЧГП, с одной стороны, рассматривается как форма косвенной приватизации, что связано с передачей государством частному бизнесу широких полномочий, относящихся к владению, эксплуатации, строительству и финансированию объектов (по опыту развитых стран), а, с другой стороны, – как альтернативу приватизации, которая позволяет реализовать потенциал частного капитала и сохранить контрольные функции государства в общественно значимых, имеющих стратегическое значение секторах экономики.

К основным общим чертам, определяющим ЧГП, можно отнести, во – первых, то, что целью ЧГП является реализация как национальных, так и международных общественно-значимых проектов в различных сферах деятельности при взаимодействии государства и бизнес-структур на долгосрочной основе и, во – вторых, принцип частно-государственного партнерства основан на объединении ресурсов и распределении рисков между участниками.

По данным World Bank Group с 1990 по 2009 года в разных регионах мира в транспортной отрасли было реализовано 1196 проектов на основе ЧГП при участии 82 стран.

Наиболее активно проекты ЧГП реализуются в сфере дорожного строительства (49,3% всех заключенных проектов). Несколько меньшая доля приходится на морские порты (30%). На проекты ЧГП, реализованные в аэропортах и на железнодорожном транспорте приходится соответственно 11,5% и 9,2%. Что касается инвестиций, то 49,2% были вложены в строительство дорог, доля инвестиций в сфере морских портов и железнодорожного транспорта составляет 19,8 и 18% соответственно. Самая маленькая доля инвестиций приходится на аэропорты (13%) [4].

Использование механизмов частно-государственного партнерства в настоящее время получает широкое распространение в Российской Федерации.

Рассмотрим такую форму ЧГП как концессия, и почему она может быть решением проблемы развития дорожного хозяйства в Российской Федерации.

Во-первых, в нашей стране уже существует такой законодательный акт как федеральный закон от 21 июля 2005 г. N 115 – ФЗ «О концессионных соглашениях», основной целью которого является привлечение инвестиций в экономику Российской Федерации, обеспечение эффективного использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, на условиях концессионных соглашений и повышение качества товаров, работ, услуг, предоставляемых потребителям. Принятие Закона N 115 – ФЗ призвано придать качественно новый уровень развитию взаимоотношений между государством и частным бизнесом в ряде ключевых отраслей российской экономики.

Во-вторых, на концессии приходится от 60 до 80% всех партнерских договоров между государством и частным бизнесом в странах Европы и США, что является серьезным основанием для активного применения концессий в России.

В-третьих, в нашей стране уже были подписаны концессионные соглашения.

Так 15 января 2007года в Министерстве транспорта РФ состоялось подписание первого концессионного соглашения о финансировании, строительстве и эксплуатации на платной основе «Нового выхода на Московскую кольцевую автомобильную дорогу с федеральной автомобильной дороги М – 1 «Беларусь» Москва – Минск». Процедура подписания проходила в присутствии заместителя министра транспорта Российской Федерации Олега Белозерова и генерального директора ЗАО «Лидер», являющегося основным акционером концессионера – ОАО «Главная дорога», А. Гавриленкова.

27 июля 2009 г. в Министерстве транспорта РФ состоялось подписание второго концессионного соглашения о финансировании, строительстве и эксплуатации на платной основе скоростной автодороги Москва – Санкт-Петербург на участке 15 – 58 км.

Учитывая положительный опыт развитых и развивающихся стран, успешно использующих такую форму частно-государственного партнерства как концессия, можно с уверенностью предположить, что при определенных доработках нормативно-правовой базы в отношении применения концессионных механизмов, эта форма сотрудничества государства и частного бизнеса будет применяться в России для реализации масштабных проектов в области дорожного строительства, ремонта и обслуживания.

1. Федеральный закон от 8 ноября 2007 года № 257 – ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Официальный сайт «Росавтодор», 2011. – Режим доступа: http://rosavtodor.ru/information/dorogi_rossii/dorojnoe_hozyaystvo_rossii.html.

2. «С надеждой» [Электронный ресурс] / Ежемесячный информационно аналитический журнал «Автомобильные дороги», 2011. – Режим доступа: <http://www.avtdorogi-magazine.ru/2011-04-01/itogigoda/snadegdoi.html>.

3. «Основы концепции реформирования дорожного хозяйства Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Росавтодор, 2011. – Режим доступа: <http://rosavtodor.ru/information.php?id=100>.

4. World Bank Group. Private Participation in infrastructure Projects Database [Электронный ресурс] / World Bank Group, 2011. – Режим доступа: http://ppi.worldbank.org/explore/ppi_exploreSubSector.aspx?SubSectorID=7.

ИТ-ПОРТРЕТ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА Г. ВЛАДИВОСТОКА

Г.Н. Аржавитина, студент

Научный руководитель **А.Г. Ким**, канд. экон. наук, профессор кафедры маркетинга и коммерции

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Рынок программного обеспечения г. Владивостока является динамично растущим и привлекательным. Это связано с широким внедрением компьютерной техники во все в сферы коммерческой деятельности юридических лиц страны и в повседневную жизнь населения. При этом, почти каждый день на рынке появляются новые программные продукты более эффективно, чем их предшественники и конкуренты, решающие свои задачи в той или иной области деятельности человека, не говоря уже о выходах новых версий существующих программных продуктов.

Все вышесказанное показывает, что на данном этапе развития информационных технологий рынок программного обеспечения требует к себе довольно пристального внимания, изучения процессов, протекающих на нем. Это делает тему данного исследования весьма актуальной на данный момент.

Целью работы является составление портрета среднестатистического предприятия малого и среднего бизнеса г.Владивостока с точки зрения информационных технологий.

Данное исследование было проведено в рамках комплексного исследования рынка программного обеспечения г.Владивостока, проводимого по заказу ООО «Навиком».

Сроки исследования: февраль – апрель 2011 года.

Методы исследования:

- личный опрос;
- он-лайн опрос при помощи ресурса www.ianketa.ru.

Анализ данных проводился в специализированной программе статистического анализа SPSS PASW v.18.0, а также в табличном процессе Microsoft Excel – 2007.

На начальном этапе исследования была выдвинута следующие гипотезы:

Предприятия малого и среднего бизнеса находятся на начальном этапе развития с точки зрения информационных технологий.

Предприятия малого и среднего бизнеса г. Владивостока осознают собственную отсталость и готовы применять потенциал информационных технологий для совершенствования бизнеса.

Вид исследовательского проекта – описательное (дескриптивное исследование).

Методом сбора данных – опрос представителей предприятий малого и среднего бизнеса г. Владивостока с использованием квотной детерминированной выборки.

В ходе проведенного маркетингового исследования были опрошены представители 60 компаний малого и среднего бизнеса г. Владивостока. Деятельность данных компаний сосредоточена в различных отраслях, их возраст и количество сотрудников заметно различаются.

Для удобства анализа полученных результатов все респонденты были поделены на четыре равные группы на основе количества имеющихся компьютеризированных рабочих мест. Таблица 1 более наглядно отображает данный принцип классификации компаний – респондентов.

Таблица 1

Состав выборки по количеству компьютеризированных рабочих мест

Кол-во компьютеризированных рабочих мест	Процент
До 10 компьютеров	25%
11 – 50 компьютеров	25%
51 – 100 компьютеров	25%
Более 100 компьютеров	25%
ИТОГО:	100%

Таблица 2 описывает распределение респондентов по отраслям в выборке представляемого исследования. Подобное распределение респондентов обусловлено, прежде всего, существующими тенденциями на рынке г. Владивостока. Исследователи постарались учесть пропорциональное соотношение наиболее перспективных и развивающихся сфер деятельности предприятий малого и среднего бизнеса. Наиболее представлены сегменты торговли (20%), строительства и экспертизы (17%), IT-технологий (17%), недвижимости (15%) и консалтинга (13%).

Таблица 2

Состав выборки в разрезе отраслей, в которых работают компании

Отрасли компаний-респондентов	Процент
Торговля	20%
Строительство и экспертиза	17%
IT – технологии	17%
Недвижимость	15%
Консалтинг	13%
Юриспруденция	5%
Медицина	5%
Муниципальное хозяйство	5%
Страхование	3%
ИТОГО:	100%

Большое значение для данного маркетингового исследования имеет возраст компаний-респондентов, т.е. то количество лет, которое они провели на рынке, зарабатывая опыт, репутацию, развивая свою инфраструктуру и налаживая делопроизводство. Очень часто от

данного параметра зависит то, какое программное обеспечение компания использует, свободное распространяемое или коммерческое.

В Таблице 3 представлена структура выборки в соответствии с возрастом компаний-респондентов. Как видно основную долю респондентов составляют компании, имеющие достаточный опыт, но, при этом, не являющиеся «старожилами» рынка.

Таблица 3

Состав выборки в разрезе возраста компаний – респондентов

Возраст компаний-респондентов	Процент
1 – 2 года	23%
3 – 5 лет	25%
6 – 10 лет	27%
11 – 15 лет	15%
16 – 20 лет	5%
Более 20 лет	5%
ИТОГО:	100%

Опрос проводился путем он-лайн анкетирования респондентов при помощи интернет-ресурса www.ianketa.ru. Анкета состояла из 30 вопросов, касающихся используемого в компании программного обеспечения по различным направлениям, удовлетворенности от его применения, а также особенностей управления в области информационных технологий.

Таблица 4

Структура анкеты, использованной для проведения исследования

Блоки вопросов анкеты	Процент
Использование ПО по направлениям	28%
Удовлетворенность используемым ПО	28%
Степень IT-обеспеченности	17%
Основные характеристики компаний	14%
Работа с поставщиками	10%
Планы по замене/приобретению ПО	3%
ИТОГО:	100%

В результате проведенного исследования был составлен IT-портрет среднестатистического предприятия малого и среднего бизнеса г. Владивостока, выявлены основные критерии мышления топ-менеджмента. На основе полученных данных появилась возможность подтвердить или опровергнуть рабочие гипотезы, выдвинутые на этапе подготовки исследования. Итак, что же представляет из себя рабочий компьютер в среднестатистической компании г. Владивостока?

В Таблице 5 представлены основные программные продукты, используемые в ежедневной работе предприятиями малого и среднего бизнеса г. Владивостока. Для удобства респондентов и исследователей все многообразие существующих программ было поделено на тринадцать обобщенных категорий по функциональному назначению.

Исходя из полученных в результате опроса данных, большинство компаний г. Владивосток используют наиболее популярные приложения по всем направлениям. Из области пакетов офисных программ это «MS Office» (90%), графических редакторов – «Adobe Photoshop» (47%) и «Corel Draw» (33%), антивирусов – «Антивирус Касперского» (52%) и «NOD32» (32%), бухгалтерских программ – «1С: Бухгалтерия» (65%).

Критерии мышления топ – менеджмента предприятий малого и среднего бизнеса г. Владивосток:

1. Откладывать приобретение лицензий на программное обеспечение до последнего, самого крайнего случая.

2. Нежелание использовать альтернативное программное обеспечение и собственные IT – разработки из – за недостаточной компьютерной грамотности сотрудников и руководителей.

3. Максимальное упрощение информационной системы на предприятии, отказ от более сложных программных продуктов, несмотря на негативное влияние на скорость и качество работы.

4. Осознание важности автоматизации бухгалтерии, и, как следствие, внедрение программы 1С:Бухгалтерия.

5. Нежелание выделять более крупный бюджет на информационные технологии и содержание IT-отдела.

6. Нежелание устранять возникающие проблемы (зависание, многочисленные ошибки, нежелание обновляться и т.д.) с программным обеспечением, несмотря на торможение рабочих процессов.

Таблица 5

Наиболее популярные программы, используемые предприятиями малого и среднего бизнеса г.Владивосток по результатам опроса, % от кол-ва респондентов

Возможные направления применения программных продуктов	% от общего кол-ва респондентов	Наиболее популярные программные продукты
1. Пакет офисных программ	90%	MS Office
2. Архиватор	68%	Win Rar
3. Программа для чтения документов в форматах pdf и djvu	82%	Adobe Reader
4. Браузер	65% 63%	Opera MS Explorer
5. Программы для обмена короткими сообщениями	60% 58%	ICQ Skype
6. Графические редакторы	47% 33%	Adobe Photoshop Corel Draw
7. Информационно – правовые системы	57% 45%	Консультант Плюс Дубль ГИС
8. Антивирусное программное обеспечение	52% 32%	Антивирус Касперского NOD32
9. Программы – переводчики	33% 20%	Lingvo Promt
10. Средства управления проектами на предприятии	22% 17%	MS Project MS Visio
11. Бухгалтерская программа	65%	1С: Бухгалтерия
12. Программы для автоматизации документооборота на предприятии	62%	Не используют специальных программ
13. Программы для финансового анализа и аудита.	80%	Не используют специальных программ

Итак, резюмируя все вышесказанное, составим IT-портрет среднестатистического предприятия малого и среднего бизнеса.

Среднестатистическое предприятие малого и среднего бизнеса г.Владивостока начинает осознавать, что использовать в работе нелегальный софт нерационально и небезопасно. Тем не менее, примерно 20% представителей компаний, отвечающих за информационные технологии на предприятии, путаются в понятиях «взломанное ПО» и «свободное ПО». Они искренне считают, что «MS Office» и «Adobe Photoshop» – это бесплатные программы, для использования которых не нужно приобретать лицензию.

Руководство среднестатистического предприятия малого и среднего бизнеса в г.Владивосток практически не рассматривает возможность разработки собственных программных продуктов. Также очень редки случаи использования альтернативного бесплатного программного обеспечения. Объяснить данный факт можно тем, что большинство сотрудников с трудом справляются даже с самыми популярными продуктами, не говоря уже о редких и специализированных. Налицо компьютерная неграмотность бизнеса.

Как следствие, среднестатистическая компания в г. Владивостоке не имеет IT-отдела, выделенного специалиста по IT-технологиям или программиста. В лучшем случае, информационны-

ми технологиями на предприятии управляет IT-компания на аутсорсинге. Достаточно стандартная ситуация, когда все IT-процессы подчинены генеральному директору.

Корпоративные пользователи г. Владивостока не планируют свои IT-бюджеты и закупают программное обеспечение по мере необходимости у различных розничных торговцев. Очень немногие из опрошенных компаний имеют корпоративных поставщиков программного обеспечения. Особенно это свойственно молодым компаниям, работающим на рынке менее 5 лет.

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что гипотезы, выдвинутые на начальном этапе исследования, подтверждены. Предприятия малого и среднего бизнеса г. Владивостока, действительно, находятся на начальном этапе развития с точки зрения информационных технологий. Тем не менее, они осознают собственную отсталость и готовы применять IT-потенциал для совершенствования бизнеса.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ВЗАИМОСВЯЗИ НОРМИРОВАНИЯ И ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В.А. Васильева, студент

Научный руководитель **В.Г. Ветошкевич**, старший преподаватель кафедры менеджмента

*Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Целью данного доклада является изучение современных подходов взаимосвязи нормирования и оплаты труда на предприятиях. Предметом исследования являются подходы нормирования и оплаты труда персонала. Объектом исследования является изучение трудов российских ученых в области современных подходов к нормированию и оплате труда.

В соответствии с изменениями в экономическом и социальном развитии страны существенно меняется и политика в области нормирования и оплаты труда. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что предприятиям, независимо от форм собственности, предоставлены права самостоятельного решения вопросов по нормированию и оплате труда. За счет результатов своего труда предприятия должны покрывать текущие производственные затраты, в том числе и на оплату труда, осуществлять вложения на расширение и реконструкцию производства, обеспечивать социальное развитие, выполнять обязательства перед бюджетом, банками и другими органами.

Обозначенная проблема взаимосвязи нормирования и оплаты труда имеет многовековую историю. Особенно остро эта проблема дискутировалась в конце 19 начале 20 веков – периода становления и активного развития промышленности. В 1880 году было основано американское общество инженеров – механиков (ASME). В 1895 году на заседании ASME прозвучал доклад инженера Фредерика Тейлора – «Усовершенствованная система поштучной оплаты». Суть предложения Ф.Тейлора заключалась в том, что надо научиться устанавливать точную норму времени, необходимую для выполнения работы при максимальном напряжении сил. Система предусматривала наличие двух тарифных ставок: повышенной, по которой труд рабочего оплачивался при выполнении и перевыполнении нормы и пониженной, которая использовалась при расчетах с рабочими, не выполнившими нормы. Ученик и соратник Ф.Тейлора Генри Гант в отличие от своего учителя занимался исследованием не отдельной операции, а процесса производства в целом. Согласно подходу Г. Ганта, не столь важно достижение максимальной производительности на отдельном рабочем месте, а гораздо важнее обеспечивать высокую результативность всего производственного процесса. Г. Гант разработал повременно-премиальную систему, которая предусматривала выплату премий при выполнении запланированного объема работ в размере 30 – 40% от размера повременной оплаты труда.

Профессор, доктор экономических наук С.Г. Фалько предлагает разделить функции нормирования и оплаты труда, т.е нормы не следует увязывать с размером заработной платы, т.к

по его словам в современных рыночных условиях не смотря на совершенствование методов нормирования, использование коллективных форм оплаты труда, увеличение количества факторов, учитываемых при расчете премии, проблема установления справедливой оплаты по – прежнему далека от разрешения. Она только обостряется всявязи с возрастанием разрыва в оплате труда высших менеджеров, служащих и рабочих, поэтому можно предположить, что неверно строить систему оплаты труда на основе его нормирования.

Доктор экономических наук, профессор Воронежского государственного университета А.А. Федченко предполагает применение:

- Тарифной системы оплаты труда.
- Бестарифной системы оплаты труда.

На трудоемких предприятиях, например металлургической и добывающей промышленности, машиностроении, энергетике, необходима взаимосвязь оплаты труда и нормирования, где оплата труда осуществляется по системе «оценки работ», а нормирование труда необходимо осуществлять по современной системе микроэлементного нормирования, это предполагает тарифная СОТ. Основой бестарифной системы оплаты труда является система «оценки заслуг», на базе которой применяются разновидности бестарифной СОТ – грейдерная и рейтинговая системы.

Что такое «оценка работ»? Оценка работ рассматривается как процесс определения относительной ценности работ для того, чтобы установить, какие работы в организации должны оплачиваться в большем размере, чем другие. По определению МОТ, оценка работ – это инструмент для систематического определения места работ в иерархии заработной платы внутри предприятия. Оценка работ опирается на сравнение и анализ тех требований, которые предъявляются работой к ее исполнителям для достижения нормальной производительности, но без учета индивидуальных способностей и усилий конкретных работников. Стоимость работ определяется путем сравнения ее с другими работами внутри организации или сравнением с помощью шкалы, построенной специально для этой цели, т.е тарифной сеткой. Модернизация, внедрение различных инноваций в производство требуют микроэлементного нормирования. Сущность микроэлементного нормирования состоит в сведении всего многообразия трудовых процессов работников к сочетанию микроэлементов, установлению времени их продолжительности применительно к рациональному содержанию, составу, способам и методам выполнения. Микроэлементные нормативы позволяют тщательно анализировать трудовой процесс, проектировать и обосновывать рациональный вариант его выполнения и рассчитывать нормы оптимальной напряженности, так как являются основой для установления нормативного темпа работы, выраженного в абсолютных единицах.

При использовании системы «оценки заслуг» устанавливаются различные оклады работникам, имеющим одинаковую квалификацию, но различные показатели, отражающие процесс или результат его деятельности. Заслуги оцениваются экспертами, в качестве которых могут выступать руководители организации или привлеченные для этой цели работники. При использовании бестарифной системы оплаты труда заработок работника зависит от конечных результатов работы предприятия в целом, его структурного подразделения, в котором он работает, и от объема средств, направляемых работодателем на оплату труда, и представляет собой долю работника в фонде оплаты труда всего предприятия или отдельного подразделения.

Бестарифная СОТ:

- грейдерная;
- рейтинговая.

Грейдерная система оплаты труда – универсальная модель тарифной сетки, которая оценивает вклад каждого сотрудника в результат работы компании. По каждому фактору (знания, навыки, опыт, уровень ответственности) устанавливается определенное количество баллов. Оценив должности, наиболее близкие по количеству баллов, объединяют в группы (грейды). Внутри каждого грейда рассчитываются размеры «вилок», в рамках которых варь-

ируется 3/п сотрудников с помощью квалификационных коэффициентов 1,2; 1,4; 1,6 и т.д. 3/п формируется, исходя из рыночной стоимости ключевых специалистов.

Рейтинговая система оплаты труда учитывает не только вклад отдельного работника в общий результат, но и его индивидуальные характеристики. По этой системе каждому работнику даются определенные характеристики (опыт работы, образовательный уровень, значимость для предприятия и др.) и числовые значения каждой. Произведение установленных для каждого работника коэффициентов определяет его рейтинг.

Итак, предприятия имеют права использовать существующие системы и формы оплаты труда как во взаимосвязи с нормированием труда, так и без него, руководствуясь Трудовым кодексом РФ, законами, нормативными правовыми документами, коллективными договорами, соглашениями и трудовыми договорами.

Предприятия должны постоянно совершенствовать нормирование, формы и системы оплаты труда, что позволит рационально планировать работу и численность занятых, создание достойной величины заработка и обеспечения высокого уровня производительности рабочих и загрузки оборудования, что будет способствовать снижению себестоимости продукции, росту прибыльности предприятия и удовлетворенности работодателей и работников.

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА 2008-2010 ГОДОВ НА РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

А.М. Воротилкина, студент

Научный руководитель **А.В. Говако**, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и финансов

Дальневосточная социально-гуманитарная академия, г. Биробиджан

Кризис и социальная сфера в России

С конца 2008 года экономика России переходит в качественно иной режим функционирования. Ключевые параметры этого периода будут связаны с относительно низкими ценами на нефть («потеря ренты»), падением выпуска в промышленности и ростом безработицы. Хотя импульсом к началу нынешних процессов стали события на мировых финансовых рынках и рецессия в развитых странах, степень этого влияния была связана с внутренними причинами и структурой экономики, имея в виду сильную зависимость сырьевых отраслей от экспорта, неразвитую частную финансовую систему, нерешенные проблемы в экономической политике. Причины повышенной уязвимости России к кризису кроются, во-первых, в сложившейся структуре экономики. Как подчеркивалось многими отечественными экономистами (например [2 – 4]), на макроуровне для нее характерна низкая степень диверсификации, усилившаяся с конца 1990-х годов, ориентация на экспорт сырья, топлива и продуктов первичной переработки. На мезо- и микроэкономическом уровнях ситуация намного более мозаична, но сильнее всего от кризиса страдают моногорода (их более 400), в которых преобладает производство продукции ВПК, металлургии, транспортного машиностроения. Во-вторых – в запаздывании или неэффективности мер регулирования кризиса, предпринимаемых как на федеральном, так и региональном уровне, что признает и само правительство.

Первоначальная психологическая установка правительства в августе – октябре 2008 г. была на способность России пережить кризис и продолжать широкие программы без больших потерь за счет частичной изоляции и больших резервов. Эта установка обусловила попытку продолжить развитие без серьезной корректировки методов политики, бюджета и стратегических планов. Нерешенные проблемы развития финансовой системы сказались уже во время годового периода втягивания в кризис. В целом Россия встретила мировой финансовый кризис с большими государственными резервами и слабой финансово-кредитной системой. Кризис затронул все сферы отечественной экономики: серьезные проблемы возникли в реальном секторе, в финансовой и социальных сферах, потому что проблема влияния мирового финансового кризиса на качество жизни населения в достаточно актуально. Из всего

выше сказанного вытекает цель нашей работы выявить сущность кризиса, и его влияние на развитие социальной сферы общества. Данная цель предполагает решение следующих задач:

Проанализировать специальную научную литературу по данной проблеме:

1. Дать характеристику мировому финансовому кризису.
2. Теоретически обосновать влияние кризиса на качество жизни населения.
3. Изучить влияние кризиса на качество жизни населения города Биробиджана.

Данные задачи решаются с помощью методов исследования:

1. Сравнительного и систематического анализа.
2. Анкетирования.
3. Качественного и количественного анализа результатов исследования.

Изучение специальной литературы показывает, что масштабный кризис в российской экономике требует серьезного анализа. Можно утверждать, что кризис нельзя однозначно считать ни «инфекцией», занесенной из западной экономики, ни чисто российским циклическим кризисом.

К сожалению, кризис оказал влияние и на здоровье человека как одного из важных показателей качества жизни населения страны, что в свою очередь сказывается в целом на экономике страны. Специальное исследование [11,с129-130] показывает что, здоровье влияет на экономические результаты на уровне, в целом страны, так и индивида, позволяя, трудиться с большей производительностью. Чем выше уровень здоровья, тем больше предложение рабочей силы и инвестиции в физический и интеллектуальный капитал.

К сожалению, с каждым годом происходит ухудшение здоровья населения т.е снижение качества жизни а следовательно увеличение смертности.

Экспериментальное исследование жителей региона(на примере г. Биробиджана)

Проблема качества жизни населения включает в себя условия, результаты и характер труда, уровень благосостояния семьи, демографические, этнографические и экологические аспекты существования людей. Следует отметить, что качество жизни формируется под влиянием комплекса факторов и, в свою очередь, влияет на многообразные стороны жизнедеятельности человека. [12.С 179-183]С целью изучения качества жизни населения города Биробиджана. С этой целью проведено экспериментальное исследование. Экспериментальное исследование, проведенное по методике оценки качества жизни «SF-36 HEALTH STATUS SURVEY» «SF-36 Health Status Survey» относится к опросникам для оценки качества жизни (КЖ), он широко распространен в США и странах Европы при проведении исследований качества жизни.

В нашем экспериментальном исследовании приняло участие 112 респондентов в возрасте от 16 до 72 лет.

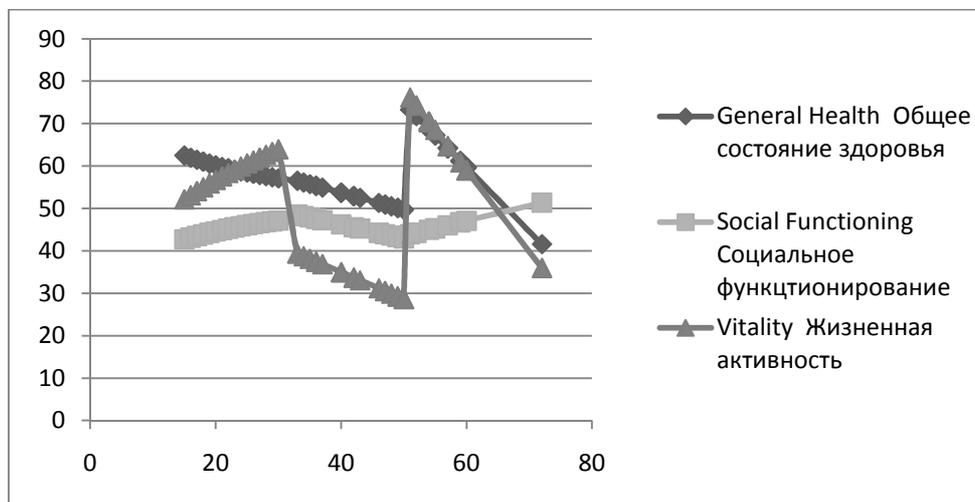


Рис. 2. Оценка качества жизни населения города Биробиджана

Анализ экспериментального исследования показал, что общее состояние здоровья респондентов оценивается как удовлетворительно. В возрасте от 16 до 30 лет как отличное. В этом возрастном диапазоне жизненная активность и социальное функционирование растет, это объясняется тем, что возраст данных респондентов сравнительно не большой и, следовательно, у них больше сил для творчества и работы. Характерной чертой группы в возрасте от 31 до 50 лет является уменьшение всех показателей. Это можно объяснить следующим: во первых, в данном возрастном диапазоне начинается осмысление жизненных целей и полученных результатов и как следствие, человек в этом возрасте мало уделяет внимание своему здоровью. Показатель социального функционирования в данном возрасте показывает загруженность и нехватку времени на общение с родственниками, друзьями, жизненная активность, следовательно, уменьшается, в возрасте от 51 до 72 лет, мы также видим, что все показатели уменьшаются кроме социального функционирования. Это говорит о том, что многие в этой возрастной категории уходят на пенсию и, следовательно, уменьшается жизненная активность и общее состояние здоровья, а вот социальное взаимодействие увеличивается. Это позволяет утверждать, что у данной категории респондентов появилось больше возможности для общения (т. е. свободного времени стало больше).

Анализ проведенного исследования позволяет прийти к следующему выводу – данные в разных возрастных категориях расходятся, что объясняется 2 факторами:

1. Возрастная особенность.
2. Жизненный опыт (для каждого возраста).
3. В период кризиса ощущают себя полным сил и энергии возрастная категория от 16 до 30 лет. Снижение жизненной активности наблюдается в возрасте от 51 до 72 лет. Анализ исследования так же показал, о значительном ограничении социальных контактов, снижении уровня общения в связи с нехваткой времени в возрасте от 31 до 50 лет.

Собственный социологический анализ

Анализ специальной научной литературы и собственное экспериментальное исследование позволили нам прийти к следующему заключению: в кризис люди чаще болеют, увеличивается смертность, ухудшается качество жизни населения.

Мировой финансовый кризис в целом влияет отрицательно на качество жизни населения. Формально кризис завершился в мире, однако его последствие проявляется в ухудшение здоровья населения, депрессией, а для многих экономик он еще продолжается тем устойчивей (стабильнее) будет развиваться социальная сфера, изменение уровня жизни населения появится больше оптимизма и люди будут меньше болеть. Мы считаем, что государственная политика должна быть направлена в большей степени на модернизацию жизни населения России. Данная проблема требует дальнейшего изучения, и мы постараемся ее продолжить.

-
1. Аганбегян А.Г. Социально-экономическое развитие России. – М.: 2003. – С.77.
 2. Бобков В., Васильев В., Гулюгина А., Одинцова Е., Смирнов – М: Качество и уровень жизни населения: территориальный разрез (по данным за 2007 г.) // Экономист, 2001. – № 11. – С.61.
 3. Ващенко А.А. Уровень и качество жизни в России: новые акценты в содержании и оценке //Экономические науки, 2008. – № 7 (44). – 95-98.
 4. Институт современного развития //Вопросы экономики, 2009. – №4.
 5. Капустин Е.И. Уровень, качество и образ жизни населения России. – М: 2006. – С.21.
 6. Качество и уровень жизни населения в новой России (1991 – 2005 гг.) / Под ред. В.Н.Бобкова. – М: 2007. – С.163.
 7. Львов Д.С. Экономика развития. – М.: 2002. – С. 136.
 8. Новиков А.В Кризис как способ движения вперед //ЭКО, 2009. – № 6. – С.3.

9. Новиков А.В., Новикова И.Я Экономический Кризис в России /Вопросы экономики, 2009, № 4. – С.4.
10. Россия 2015 год. Оптимистический сценарий. – М: 1999. – С. 47.
11. Чубарова. Система здравоохранения// Вопросы экономики, 2009. -№ 4. – С.129-131.
12. Ягудин Р.Х. // Экономические науки, 2009.-№1. – С.179-183.

INFLUENCE OF ADVERTISING: HOW IT FORMS PUBLIC OPINION

А.В. Выборнов, студент

Научный руководитель **Ю.В. Морозова**, старший преподаватель кафедры западноевропейских языков

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Media carries great possibilities for society, but they are not only the good ones.

Nobody should forget media is the fourth power after the judicial, legislative and executive powers, and the influence of advertising on young people is huge, so this industry can produce harmful information.

Things like TV, radio, newspapers, magazines, and the Internet are very popular now, but they are always overfilled with various advertising. How to understand that we can trust it and do not take false information? We must be cautious and wary dealing with advertising industry.

The task of advertising is to inform about the goods, properties and conditions of implementation of the companies producing these goods or offering certain services.

Advertising plays an increasingly prominent role in society. First and foremost you can allocate the economic aspect that affects the livelihoods and welfare. The second point concerns the social sphere: advertising generates ideas about the values, lifestyles. And finally, another component of the problem of «advertisement and society» includes ethical and regulatory issues of advertising.

Advertising actively shapes the axiological value of personality. For example, it may encourage materialism – unrestrained pursuit of material goods, clothes, symbols (a prestigious car, up-market clothing brand, etc.), the very possession of which is undeveloped for the individual meaning of life.

Advertising can help planting harmful behavioral patterns, especially for young people (the image of a courageous, tough smoker is attractive, and the young man might easily be deceived by the fact that, along with a cigarette he passed, and other attributes of masculinity of the hero). Advertising can also contribute to the promotion of harmful products – alcohol, tobacco, etc., showing their consumption in the appropriate setting and accompanying this process is distracting and stimulating effects (comfortable environment, relaxing music, etc.). Extremely important is the problem of adaptation of foreign advertising to the mentality of Russian consumers.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КРЕДИТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

О.С. Дмитриенко, А.В. Пляскина, студенты

Научный руководитель **В. Н. Кутинова**, ассистент кафедры финансов и налогов

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Проблема конкуренции, прежде всего в рыночной экономике, выступает в качестве одного из глобальных вопросов экономической теории. Конкуренция – это экономическое соревнование между субъектами хозяйственной деятельности за возможность получения максимума прибыли и упрочения положения на рынке. Для банковского сектора экономики вопрос кон-

куренции является объективной реальностью, которая с каждым годом по мере развития сети кредитных учреждений и других финансовых институтов постоянно возрастает [3].

Кредитные услуги, предоставляемые населению – один из наиболее выгодных для банка видов кредитно-финансового бизнеса, так как занимают наибольший удельный вес в структуре активных операций региональных банков. Повышение конкурентоспособности российских коммерческих банков приобретает сейчас особое значение как с точки зрения конкуренции между российскими банками (национальными, региональными и местными), так и между российскими и иностранными кредитными организациями.

Основой конкурентоспособности объекта выступает его конкурентное преимущество, т.е. какая-либо эксклюзивная ценность, которой он обладает и которая дает ему превосходство над конкурентами [2].

Под конкурентоспособностью банковской услуги следует понимать его способность конкурировать с аналогичными услугами других банков на финансовом рынке в данное время на основании присущих ему качественных и стоимостных характеристик, обеспечивающих удовлетворение потребностей клиентов.

На практике конкурентные преимущества кредитных продуктов банка могут иметь разнообразные формы:

- конкурентные ставки;
- гибкий подход при рассмотрении обеспечения по кредиту;
- минимальный комплект документов;
- сжатые сроки рассмотрения заявки;
- отсутствие комиссий за рассмотрение кредитной заявки.

Так для конкурентоспособности кредитных услуг наиболее общими критериями можно считать два параметра: их цену и качество. Оценка конкурентоспособности кредитных продуктов (как, впрочем, любых других товаров и услуг) и эффективное управление ею предполагают одновременное воздействие на оба вышеуказанных фактора в целях нахождения наиболее оптимальной их комбинации для кредитной организации и клиента [1].

Ценовые факторы конкурентоспособности кредитного продукта включают как уровень прямых затрат, связанных с его изготовлением (издержки по привлечению ресурсов, заработная плата сотрудникам и т.д.), так и величину косвенных затрат банка (реклама, консультационные услуги, расходы по обучению сотрудников и т.д.).

Существенным (а в некоторых случаях и определяющим) фактором является характер ценовой политики банка, поскольку именно от нее зависит фактическая цена кредитного продукта для клиента. В свою очередь, принятая в банке методика ценообразования в значительной степени зависит от выбранной конкурентной стратегии на том или ином сегменте рынка.

Для клиента критериями качества кредитной услуги являются: скорость обслуживания, срочность осуществления операций, отсутствие ошибок и неточностей, часы работы банка, качество консультирования, личные взаимоотношения с сотрудником банка. Для банка качественный уровень услуги определяют: скорость внутренних рабочих процессов, уровень мотивации работников, производительность труда, уровень кредитного риска и иные факторы, сопоставимые с затратами на производство банковских услуг.

Анализ существующих методик оценки конкурентоспособности банков позволяет составить лишь общее представление о механизме оценки конкурентоспособности банковских продуктов. Такая оценка на каждом сегменте банковского рынка представляется целесообразной в рамках отдельной методики, учитывающей особенности организации соответствующего сегмента [4].

В ходе исследования нами была применена и дополнена модель оценки конкурентоспособности кредитных продуктов кредитного аналитика департамента реструктурирования ООО «Эйч-Эс-Би-Си Банк (РР)» Я. И. Паита [3]. Мы выбрали 4 региональных банка города Владивостока, которые занимаются кредитованием физических лиц: ОАО АКБ «Приморье», ОАО

«Саммит Банк», ОАО СКБ ПримСоцБанк, ОАО Дальневосточный банк и решили выявить наиболее конкурентоспособный потребительский кредит регионального банка г. Владивостока с точки зрения частного клиента. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Модель основывается на том положении, что эффективная оценка конкурентных преимуществ банковских продуктов предполагает анализ ценовых и неценовых факторов и конкурентоспособности на всех этапах создания продукта: привлечение ресурсов, непосредственно создания продукта (в данном случае – оценку технологии кредитования) и его реализации. Указанные выше три группы факторов распределены по 15 параметрам, каждый из которых устанавливается на основании официальной отчетности банков либо оценивается экспертным путем на основе экспресс опроса[3]. Качественные аспекты конкурентоспособности банка, как правило, могут быть оценены только экспертным путем. Для этого мы разработали анкету, с помощью которой оценили те параметры конкурентоспособности которые способны оценить только потребители.

Таблица 1

Результаты проведенного анализа конкурентоспособности потребительских кредитов региональных банков г. Владивостока по состоянию на 01.04.2011 год

№	Показатель	Критериальные значения, баллы			
1.Банковские ресурсы					
<i>Финансовые ресурсы</i>					
		Дальневосточный банк	Примсоцбанк	Банк Приморье	Саммит банк
1	Место в банковской системе РФ (по активам-нетто)	3 (98 место)	2 (149 место)	2 (157 место)	1 (ниже 200места)
2	Коэффициент достаточности капитала (норматив ЦБ Н1 ²)	15,4% (4 балла)	16,4% (5 баллов)	24.10% (5 баллов)	36.40 (5 баллов)
3	Коэффициент текущей ликвидности (норматив ЦБ Н3)	70,5% (5 баллов)	106,8% (5 баллов)	102.60% (5 баллов)	102.90 (5 баллов)
4	Коэффициент долгосрочной ликвидности (норматив ЦБ Н4)	35,2% (5 баллов)	76,3% (3 балла)	43.90 (5 баллов)	102.50 (5 баллов)
<i>Трудовые ресурсы</i>					
5	Оценка качества менеджмента	3,5 балла	3 балла	3 балла	2 балла
6	Оценка квалификации персонала	3,5 балла	3 балла	5 баллов	4 балла
7	Наличие адекватной материально-технической базы	4,5 балла	5 баллов	5 баллов	4 балла
8	Качество используемых информационных технологий	4 балла	4 балла	5 баллов	2 балла

2.Технология кредитования					
<i>Организация кредитного процесса</i>					
		Дальневосточный банк	Примсоцбанк	Банк Приморье	Саммит банк
9	Средний срок рассмотрения кредитной заявки	3 дня (3 балла)	3 дня (3 балла)	3 дня (3 балла)	5 дней (3 балла)
10	Требования к финансовой устойчивости заёмщиков	3 балла	3 балла	3 балла	2 балла
<i>Оценка качества риск-менеджмента</i>					
11	Удельный вес просроченных ссуд к общему объёму кредитного портфеля	30,56% (1 балл)	17,55% (1 балл)	92,95% (1 балл)	4,64% (2 балла)
12	Отношение резервов под просроченную задолженность к просроченным кредитам	2,78% (1 балл)	5,55% (1 балл)	1,47% (1 балл)	2,21% (1 балл)
<i>Оценка кредитной политики банка</i>					
13	Максимальный размер риска на одного заёмщика (норматив ЦБ Н6)	21,8%(2 балла)	21% (2 балла)	21.60% (2 балла)	19.20 (3 балла)
<i>Общая оценка технологии кредитования</i>					
3.Система маркетинга и сбыта					
14	Качество и интенсивность рекламы кредитных продуктов банка	3,5 балла	4 балла	5 баллов	1 балл
15	Имидж услуг банка	4 балла	5 баллов	4 балла	2 балла
Итого:		50	49	54	42

Все показатели получили бальную оценку: от 1 балла – для наихудшего значения – до 5 баллов – для наилучшего. Исключение сделано для первого показателя, отражающего место кредитной организации в банковской системе РФ: для него предусмотрена более широкая градация – от 1 до 10 баллов.

Полученные балльные оценки по каждому из параметров суммировали в рамках соответствующей группы вопросов. Таким образом, сформировали общую оценку каждого отдельно взятого элемента конкурентоспособности кредитного продукта (ресурсы, технология кредитования, система маркетинга). Затем определили сумму балльных оценок элементов конкурентоспособности.

В результате проведённого анализа в соответствии с методикой сформировали следующие выводы о том, что наиболее привлекательный банк с конкурентоспособными условиями кредитования для населения является ОАО АКБ «Приморье», который набрал 54 балла.

Следует подчеркнуть, что рассматриваемая модель при условии соответствующей адаптации также может быть использована при оценке конкурентоспособности других видов банковских продуктов (межбанковских кредитов, сберегательных услуг и т. д.), так как ана-

лиз конкурентоспособности банковских услуг является одним из ключевых аспектов, определяющим текущую конкурентную стратегию банка на финансовом рынке [5].

1. Атажанов Б.А. – Финансовый анализ деятельности кредитных организаций//Аудит и финансовый анализ. 2006. – №3. – 54-79 с.
2. Андреев И.Б. – Критерии конкурентоспособности однородных банковских услуг//Маркетинг. 2004. -№1. – 35 с.
3. Банковское дело, 2009. – №11. – 72 с.
4. Гиляровская Л.Т., Паневина С.Н. Комплексный анализ финансово-экономических результатов деятельности банка и его филиалов./ Л.Т. Гиляровская, С.Н. Паневина – М.: «Питер», 2003. – 240 с.
5. Инюшин С.В. Подходы к оценке рынка кредитных услуг и возможности его освоения на территории обслуживания коммерческого банка//Финансы и кредит 2005. – №10 – 15 с.
6. <http://www.raexpert.ru/>.

РОССИЙСКИЕ ЕВРООБЛИГАЦИИ

А.В. Зайцев, И.В. Трофимов, студенты

Научный руководитель **Л.Н. Жилина**, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Первая половина 2011 года ознаменовалась многими событиями, такими как волнения в странах Магриба и Ближнего Востока, обострение долгового кризиса в Европе, повышение темпов инфляции в развитых и развивающихся экономиках, а также «коррекция» на сырьевых рынках. Несмотря на привычную насыщенность эфира новостных каналов подобного рода новостями, все чаще стал раздаваться волнующий вопрос о хрупкости и устойчивости посткризисного восстановления.

Одним из проявлений настроения участников рынков капитала является спрос на инструменты с высокой степенью надежности – облигации. Гарантируя выплату меньшего дохода по сравнению с акциями и деривативами, они становятся спасительной гаванью для инвесторов. В то же время, рынок зарубежных государственных облигаций служит показателем состояния национальных экономик. Всем известный пример – Греция. Сделать вывод о проблемах с госбюджетом можно не только следя за новостями, но и взглянув на ставки требуемой доходности по греческим займам.

Российские еврооблигации следуют тем же правилам рынка капитала, что и любые займы, осуществляемые в виде выпуска облигаций вне юрисдикции какой-либо из стран и номинированные как в валюте страны-эмитента, так и любой другой мировой валюте. Учитывая перечисленные выше мировые события, российские еврооблигации представляют собой интересный предмет изучения. Во-первых, продолжающиеся дискуссии о целесообразности накопления средств в Резервном Фонде и бюджетном дефиците неминуемо поднимают вопрос об инструментах финансирования казны. Во-вторых, «благоприятные» цены на нефть вновь ставят под угрозу планы диверсификации экономики. В-третьих, декларируемая политика привлечения иностранного капитала не в последнюю очередь зависит от развитости фондового рынка, неотъемлемой частью которого служит сектор долговых инструментов.

Структура работы основана на анализе «сверху – вниз». По этой причине сначала дается глобальной рыночной конъюнктуры, затем – рынков государственного долга, российского

долга, российского долга, представленного еврооблигационными займами. В заключительной части дается оценка роли евробондов в бюджетной политике и на фондовом рынке.

Главными препятствиями на пути к устойчивому восстановлению остаются растущая инфляция, резкие перекосы в торговых балансах, слабый спрос на потребительские товары и стагнация кредитования. На 11 мая торговый дефицит Великобритании составил 3 млрд фунтов, увеличившись за месяц на 300 млн. Объем ипотечного кредитования вырос на 400 млн фунтов, разочаровав аналитиков, ожидавших цифры в районе 600 млн. Инфляция в Китае составила 5,3% – снизившийся, но, тем не менее, неприемлемый показатель для властей. Согласно агентству Евростат, объемы розничной торговли в 17 странах Евросоюза в первом квартале упали на 1,7%. В то же время, наблюдаются положительные сигналы с североамериканского рынка труда, где за апрель было создано 200 тысяч новых рабочих мест.

Противоречивая картина, составленная на основе макроэкономических индикаторов, проясняется при анализе рынков государственных займов, где сохраняются тенденции к удешевлению привлекаемых ресурсов. Конечно, агентство S&P, понизив рейтинг Греции до ВВ-, тем самым предостерегла от излишнего оптимизма, но факт остается фактом. Опираясь на показатели спредов по кредитным дефолтным свопам, можно сделать следующие выводы: стоимость привлечения средств для Российского Правительства (рейтинг ВВВ) находится около отметки в 140 базисных пунктов. В той же зоне находятся показатели Франции, Бельгии, Польши, Южной Кореи и Израиля.

Сумма внешнего долга России на 1 марта 2011 года составляла 38,8 млрд. долл. 76,6%, то есть 29,72 млрд. представлено еврооблигациями. В настоящее время в обращении находятся 5 выпусков: Россия-2015; Россия-2018; Россия-2020; Россия-2028; Россия-2030. За исключением P-15 и P-20, выпуски торгуются с существенной премией, доходящей до 76 пунктов. Крупнейшим по объему выпуском является P-30, сумма которого составляет 21,2 млрд. долларов. Он также является единственным амортизируемым выпуском с пошаговым увеличением купона (повышение происходило трижды, 2,25 – 2,5 – 5 – 7,5%). Держателями российских еврооблигаций по большей части управляющие компании, банки и пенсионные фонды, расположенные в США, Великобритании и странах Азии. В целом, нужно признать, что российские евробонды достаточно востребованы среди инвесторов. Главной тому причиной является отношение риск-доходность. Россия занимает 123 место в мире по показателю госдолг/ВВП (0,095); 21 место по показателю совокупный внешний долг/ВВП (0,21); 70 место по показателю суммы внешнего долга на душу населения (2,611 долл. США). В то же время РФ обладает третьими по размеру золотовалютными резервами 508 млрд. долл. США. Все это является веским аргументом в пользу надежности заемщика. Однако очевидно, что при торгах в районе 141-142 б.п. (P-18, купон 11%) и 175-176 б.п. (P-28, купон 12,75%) купонный доход облигаций значительно превышает ставку требуемой доходности со стороны инвесторов. Коридор от 3% до 5%, при котором цена находится в районе номинальной стоимости, демонстрирует степень доверия заемщиков и выгодную позицию РФ на рынках капитала.

Для оценки перспективной роли еврооблигаций в бюджетной политике России необходима краткая характеристика бюджета на ближайшие годы. Бюджет РФ на 2011-2013 гг. предусматривает:

- Стоимость нефти марки “Urals” 75-79 долл. США.
- Дефицит 3,6 – 2,9 % ВВП (1,814 трлн. рублей).
- Покрытие дефицита в 2011 г.:
 - 284,4 млрд. рублей из Резервного фонда,
 - 70-80% – за счет государственных заимствований.
- Верхний предел государственного внутреннего долга на начало
 - 2012 г. 5,148 трлн. рублей (55,6 млрд. долларов, 44,9 млрд. евро),
 - 2013 г. – 6,976 трлн. рублей (65,2 млрд. долларов, 52,1 млрд. евро),
 - 2014 г. – 8,826 трлн. рублей (75,6 млрд. долларов, 58,2 млрд. евро).

Опираясь на представленные данные, можно с уверенностью заключить, что в ближайшее время еврооблигации будут востребованы для восполнения недостатка в бюджете.

Заключительным элементом стало рассмотрение фьючерсного контракта на поставку российских еврооблигаций FORTIS. Появление подобного рода контрактов говорит не только о переходе российского фондового рынка на качественно новый уровень, но и возможности участия в нем иностранных инвесторов и спекулянтов, откликнувшихся не на привычную рекламу о прибыльности и безопасности вложений в России, а на инструмент уровня наиболее развитых рынков.

ОЦЕНКА ПОЗИЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ Г. ВЛАДИВОСТОКА НА ПРИМЕРЕ ООО «СПАССКОЕ МОЛОКО»

Н.В. Зубкова, студент

Научный руководитель Л.Ф. Степулева, старший преподаватель кафедры товароведения и экспертизы

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является изучение оценки позиций предприятия на рынке г. Владивостока на примере ООО «Спасское молоко».

Определение участка рынка, который компания контролирует на сегодняшний день, является одной из основных задач любого предприятия. Для анализа рыночной доли существует много подходов, но приоритетным является двухшаговый анализ, на первом этапе которого проводится количественная оценка рыночной доли, а на втором этапе определяются и оцениваются качественные характеристики, под влиянием которых эта доля формируется.

В данной работе был проведен анализ потребительских предпочтений, методом личного анкетирования потребителей и проведена независимая органолептическая экспертиза на примере молока натурального пастеризованного разных производителей. Характеристики продукции оцениваются с точки зрения важности их для потребителей. Рассчитываются уровни узнаваемости, приобретения и доверия к отдельным маркам. Кроме того, определяется уровень охвата потребителей, уровень их лояльности к продукции определенной торговой марки, а также уровень интенсивности ее потребления.

Таким образом, данный подход позволяет выявить перспективы и изменения рыночных долей продукции предприятия и соответственно его рыночной позиции.

В качестве апробации данного подхода проведена оценка позиции предприятий, выпускающих молоко натуральное пастеризованное ООО «Спасское молоко» и ООО «Зеленые листья».

Метод исследования – личное анкетирование потребителей. Инструментом исследования являлась анкета, состоящая из 9 вопросов. Сроки проведения март-апрель 2011 года. Место проведения – г. Владивосток. В ходе исследования было опрошено 100 респондентов.

Выборка формировалась случайным образом. Результаты исследования репрезентативны относительно возрастной структуры жителей города.

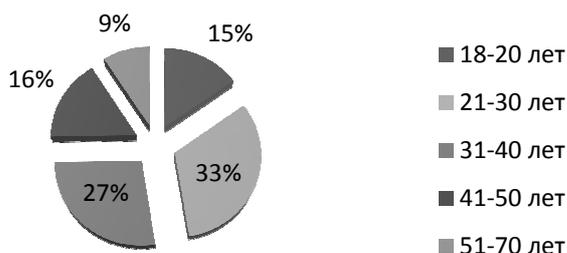


Рис. 1. Возрастная структура жителей г. Владивостока

На данном рисунке видно, что жители города в возрасте от 21-30 лет являются основными потребителями молочной продукции.

Анализ вкусовых предпочтений показал, что большинство респондентов предпочитают продукцию ООО «Спасское молоко» жирностью 3,2 %, а ООО «Зеленые листья» жирностью 2,5 %, как видно из рисунка 2.

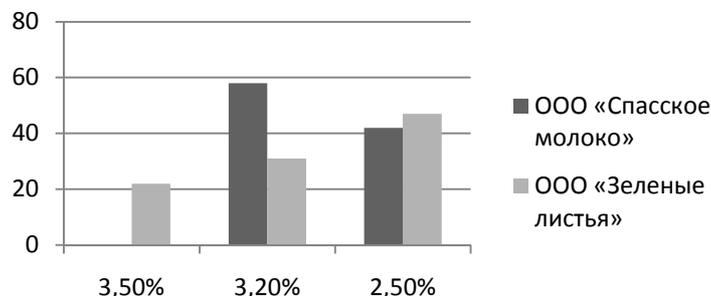


Рис. 2. Структура вкусовых предпочтений жителей г. Владивостока

Предпочтения респондентов относительно типа упаковки показали, что абсолютное большинство респондентов 57 % предпочитают покупать молоко в пластмассовой бутылке. Вдвое меньше потребителей 26% отдают предпочтение картонной упаковке, 16 % покупателей отметили, что предпочитают мягкую упаковку, данные представлены на рисунке 3.

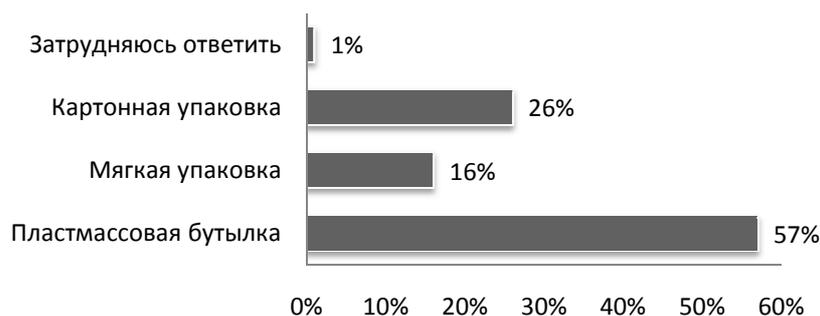


Рис. 3. Структура потребительских предпочтений по материалу упаковки

Изучая важность отдельных свойств продукта, удалось установить, что при выборе молока основную роль играет цена (данное свойство указали 38 % опрошенных).

На 2-ом месте оказалась характеристика процента жирности (отметил 21% опрошенных).

Характеристика «производитель» занимает 3-е место, его указал 17 % опрошенных. Далее респонденты отмечают такие свойства молока, как «внешний вид», «размер (литраж)», «удобство упаковки».

Для исследования уровней узнаваемости, приобретения и доверия респондентам были заданы открытые вопросы:

Вопрос № 1: «Припомните, пожалуйста, торговые марки молока натурального пастеризованного других производителей, которые Вы знаете».

Вопрос № 2: «Припомните, пожалуйста, торговые марки молока натурального пастеризованного, которые Вы приобретаете чаще всего».

На основе данных, полученных с помощью обработки открытых вопросов анкеты, была посчитана связь между уровнем узнаваемости и уровнем приобретения каждой марки, другими словами уровень доверия к марке.

Расчет осуществлялся с помощью формул (1) – (3):

$$\text{Уровень узнаваемости} = \frac{\text{Количество упоминаний марки в вопросе № 1}}{\text{Количество респондентов, употребляющих продукт}} \times 100\% \quad (1)$$

$$\text{Уровень приобретения} = \frac{\text{Количество упоминаний марки в вопросе № 2}}{\text{Количество респондентов, употребляющих продукт}} \times 100 \% \quad (2)$$

$$\text{Уровень доверия к марке} = \frac{\text{Уровень приобретения}}{\text{Уровень узнаваемости}} \times 100\% \quad (3)$$

В совокупности респонденты вспомнили и указали 14 различных марок молока различных производителей. Чаще всего респондент указывал, что он знает о существовании нескольких марок каждого продукта, а употребляет все же одну или две указанные ранее. Результаты исследования для первых 6 наиболее известных марок натурального молока на рынке г. Владивостока: ООО «Арсеньевский молочный комбинат», ООО «Артемовский молочный комбинат», ОАО «Молочный завод Уссурийский», ООО «Кировское молоко», ООО «Спасское молоко», ООО «Зеленые листья», с. Хороль. Данные представлены на рисунке 4.

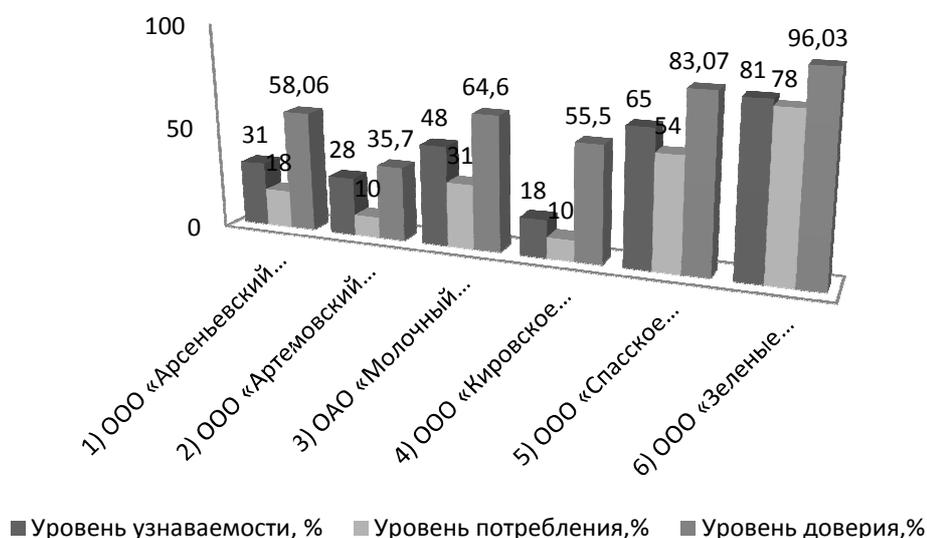


Рис. 4. Структура производителей молочной продукции по уровню узнаваемости, потребления и доверия

Молоко торговой марки ООО «Зеленые листья», производитель села Хороль является наиболее узнаваемым и потребляемым продуктом, на 2-ом месте ООО «Спасское молоко», производитель г. Спасск-Дальний. На 3-м месте по уровню потребления стал производитель ОАО «Молочный завод Уссурийский», выпускающий продукции под названием «Родимая сторона».

Следующим этапом исследования была проведена независимая экспертиза качества молока натурального пастеризованного жирностью 3,2 % торговых марок ООО «Спасское молоко» и ООО «Зеленые листья».

При экспертизе качества молока были исследованы: упаковка и маркировка молока; органолептические показатели.

Анализ упаковки показал, что она соответствует всем необходимым нормативным требованиям.

Результаты идентификационной экспертизы по маркировке показали, что маркировка представленных образцов молока полная, достаточная, показала ее полное соответствие требованиям ГОСТ Р 52090-2003 «Молоко питьевое. Технические условия».

Проведенные исследования физико-химических показателей образцов молока по данным сопроводительных документов показали, что все образцы молока соответствуют требованиям нормативной документации.

По результатам проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что основными покупателями молочной продукции Приморского края являются жители в возрасте от 21-40 лет, предпочитающие молоко жирностью 3,2 % , в пластмассовой упаковке. Одним из наи-

более важных свойств является цена на молоко. По результатам органолептического анализа молоко натуральное пастеризованное безопасно для потребления, не содержит вредных примесей и пригодно для детского питания. Проведение данного исследования позволяет провести ряд мероприятий по улучшению потребляемости продукта:

- следить за качеством выпускаемой продукции;
- снизить долю упаковки производства из бумаги, т.к. предпочтения потребителей отдается пластмассовой бутылке;
- пересмотреть ценовую политику компаний, чтобы натуральное молоко было доступно для всех слоев населения, проводить бесплатные промоакции, отпускать часть продукции по сниженным ценам для детских садов, детских приютов, домов престарелых, в результате чего, продукция будет доступна для нетрудоспособного населения;
- увеличить выпуск продукции молока жирностью 3,2 %;
- провести рекламные кампании для увеличения узнаваемости продукции, так как по всем показателям она может уверенно конкурировать с компаниями других районов России.

Накапливая информацию об изменении картины потребления и о динамике марочных предпочтений, позволит адекватно решать стратегические задачи в области маркетинга, связанных с реализацией продукции. Проведенные исследования смогут способствовать разработке мероприятий по усилению существующей рыночной позиции.

-
1. ГОСТ Р 52090-2003. Молоко питьевое. Технические условия. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 27 с.: ил.
 2. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник для вузов / М.А. Николаева. – М.: Норма, 2006. – 448 с.
 3. Четкина Н.М. Товарная экспертиза: учебник для студ. вузов / Н.М. Четкина, Т.И. Путилина, В.В. Горбунова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 509 с.: ил. – (Учебники и учебные пособия).
 4. Маркетинг в России и за рубежом // Маркетинг. – 2009. – № 4. – С. 18-31.
 5. Войтоловский Н.В. Управление качеством продукции в условиях перехода к рынку: учебник для вузов / Н.В. Войтоловский. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 254 с.

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ ТОРГОВОГО СКЛАДА

В.А. Кан, Е.А. Фащанов, студенты

Научный руководитель **Л.Ф. Степулева**, старший преподаватель кафедры товароведения и экспертизы

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Планирование – одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. Планирование обеспечивает основу для управленческих решений, функции организации, мотивации и контроля.

Задачи планирования определяются каждой фирмой самостоятельно в зависимости от деятельности, которой она занимается. В целом же задачи стратегического планирования любой фирмы сводятся к следующему:

- планирование роста прибыли;
- планирование издержек предприятия, и, как следствие, их уменьшение;
- увеличение доли рынка, увеличение доли продаж;
- улучшение социальной политики фирмы.

В данной работе была решена проблема планирования издержек предприятия через наиболее эффективную работу склада, посредством оптимального объема закупок и оптимизации запасов.

Проблема оптимизации уровня запасов при управлении запасами в звеньях цепей поставок является общеизвестной и достаточно актуальной в настоящее время. Актуальность этой проблемы, несмотря на длительную историю развития данного направления в логистике, обусловлена следующими факторами:

- в случае некорректного определения оптимального уровня заказа, оптимального уровня запасов, содержащихся на складе, возникает либо дефицит товара, либо иммобилизация дополнительных денежных средств в виде запасов, что в настоящее время недопустимо;
- применение специальных моделей управления запасами весьма затруднительно в практической деятельности.

При оптимизации моделей теории управления запасами одним из наиболее простых и наглядных инструментов является формула Уилсона, которую также называют формулой оптимального размера заказа или формулой экономичного размера заказа (Economic Order Quantity – EOQ). Формат такой формулы накладывает определенные требования к модели управления запасами. В частности, предполагается, что известны все параметры модели, а спрос считается постоянным. С указанными моделями соотносят следующие параметры:

- D – годовой спрос;
- p – цена единицы товара;
- s – цена хранения единицы товара на складе в год;
- i – внутренняя норма доходности;
- Q – объем закупа;
- L – время доставки заказа;
- n – количество заказов в год,

$$EOQ = \sqrt{\frac{2Ds}{pi}} \quad (1).$$

Приведенная классическая модель иллюстрирует атрибуты процесса оптимизации управления запасами при полностью определенных параметрах модели. В практической деятельности специалистам, работающим в области управления запасами, приходится сталкиваться с ситуациями, которые обуславливают неопределенность ряда параметров модели, например, таких как величина спроса, значение себестоимости производства единицы продукции, значения цены реализации продукции. Неопределенность исходных параметров для модели управления запасами может быть вызвана также различными логистическими факторами (в частности, к ним относятся несоблюдение или срыв сроков поставок, возможность хищения товара, выход из строя оборудования и т.п.), а также особенностями самого товара (ограниченный срок годности, естественная убыль и т.д.). Соответственно, в таких условиях оптимизация системы управления запасами должна быть реализована как задача принятия решений в условиях неопределенности (в случае отсутствия достоверной статистической информации). При этом предварительно необходимо должным образом структурировать такую модель.

Формат требуемой структуризации предполагает, что будут определены различные возможные варианты развития событий, сценарии которых задает лицо, принимающее решение (ЛПР). Число таких сценариев может быть произвольным (их увеличение повлияет только на объем вычислений) и задается ЛПР с учетом имеющегося опыта бизнеса. Подчеркнем одну особенность, свойственную процедурам указанной структуризации задачи оптимального управления запасами в условиях неопределенности. В формате каждого заданного сценария параметры модели управления запасами будут известны фиксированы. Это означает, что оп-

тимальные значения для размера заказа и для длительности интервала повторного заказа определяются (при конкретном сценарии) именно традиционными формулами теории управления запасами, например, приведенной выше формулой для EOQ.

В данной работе была разработана модель оптимальных закупок для торговой организации ООО «Фортюн», которая занимается поставками и продажей внешнего тюнинга, в частности, крыльев, порогов, бамперов, для автомашин спортивного класса. Закупки осуществляются на заводе в городе Гонконге, минимальный срок поставки от склада производителя до склада продавца во Владивостоке составляет 3 недели. Данная модель поможет оптимизировать работу склада и сократить издержки на его содержание.

На основании данных по продажам за пол квартала, была получена выборка по спросу, учитывающая количество проданных товаров за каждую неделю, которая представлена в таблице 1.

Таблица 1

Объемы продаж товаров

Наименование товара	Номер недели					
	1	2	3	4	5	6
Бампер, шт.	25	40	30	27	19	17
Пороги, шт.	13	16	12	14	15	8
Крылья, шт.	15	7	8	12	10	8

По таблице 1 были найдены следующие статистические показатели по товарам $\sigma(x)$ и $M(x)$, учитывая, что срок доставки товара на склад равен трем неделям.

$M(x)$ – среднее арифметическое по выборке;

$\sigma(x)$ – среднее квадратичное отклонение, вычисляется по формуле:

$$\sigma(x) = \sqrt{\frac{\sum (x - M(x))^2}{(n - 1)}}, \quad (2)$$

Руководством была задана степень удовлетворения спроса равная 80%.

Далее была найдена точка переказа по формуле:

$$2xM - x^2 = M^2 + 2\sigma^2 \ln \left| P\sqrt{2\pi\sigma^2} \right|, \quad (3)$$

где P – это степень удовлетворения спроса; x – точка переказа; M – математическое ожидание по выборке; σ – среднее квадратичное отклонение.

Из этой формулы была рассчитана точка переказа «х». Резерв равен разности между точкой переказа и средним арифметическим по выборке.

Таблица 2

Модель страховых запасов

Показатели	Наименование		
	бампера	пороги	крылья
Среднее значение спроса за срок доставки, шт.	79	39	30
Стандартное отклонение за срок доставки, шт.	24,85960579	8,485281374	9,099450533
Степень удовл. спроса, %	80	80	80
Точка переказа, шт.	99,92237209	46,14139298	37,65829078
Резерв, шт.	20,92237209	7,141392977	7,658290782

Таблица 3

Стандартное отклонение и средний спрос за неделю и год

	бампер		пороги		крылья	
	в неделю	в год	в неделю	в год	в неделю	в год
средний спрос	26,33	1369,33	13	676	10	520
станд. отклонение	8,28	59,75	2,82	20,39	3,03	21,87

Далее был найден экономичный размер заказа (Economic order quantity – EOQ) по формуле (1).

Таблица 4

Модель EOQ

Показатели	Наименование		
	бампер	пороги	крылья
Складские издержки (s), руб./шт. в год	10725	3603,6	12622,5
Норма доходности (i)	0,335276968	0,335276968	0,335276968
Стоимость ед. товара (p), руб.	5500	4000	6000
Чистая прибыль с единицы товара (H), руб.	1844,023324	1341,107872	2011,661808
Оптимальный объем EOQ, шт.	126,2074621	60,27327351	80,78149271

Рассмотрим функцию складских затрат при объемах закупки меньше оптимального и больше оптимального, что позволит проверить адекватность модели.

ТН – издержки, связанные с оформлением заказа;

$$TN = \frac{Q_{\text{теоритическое}} p i}{2}, \quad (4)$$

ТС – издержки, связанные с хранением заказа;

$$TS = \frac{Ds}{Q_{\text{теоритическое}}}, \quad (5)$$

Таблица 5

Оптимальные показатели складских затрат

		< Оптим.	Оптимальное	> Оптим.
Бампер	объем заказа (Q), шт.	100,96	126,21	151,45
	кол-во заказов в год	13,56	10,85	9,04
	затраты при объеме закупки Q (T), руб.	238547,74	232729,50	236608,33
Пороги	объем заказа (Q), шт.	48,22	60,27	72,33
	кол-во заказов в год	14,02	11,21	9,35
	затраты при объеме закупки Q (T), руб.	82853,78	80832,96	82180,18
Крылья	объем заказа (Q), шт.	64,62	80,78	96,94
	кол-во заказов в год	8,04	6,44	5,36
	затраты при объеме закупки Q (T), руб.	166567,66	162505,04	165213,46

Из таблицы видно, что при оптимальном объеме закупки, издержки склада минимальные.

Таблица 6

Периодичность заказов

	бампера	пороги	крылья
Периодичность, дни	33,64098611	32,54400123	56,70239392

Зная издержки склада, можно посчитать суммарные складские издержки, зависящие от объема находящейся на нем продукции.

Оптимальные издержки склада

	бампера	Пороги	крылья	общие
Издержки склада, руб.	116364,7518	40416,48078	81252,52183	238033,7544

Результаты расчета основных показателей склада

Показатели	Базовые	Оптимальные	Отклонение	
			абсолютное	относительное, %
Объем склада, м ³	292	89	203	69,5
Издержки склада, руб.	990000	238033,75	757966,25	76

Из таблицы 8 видно, что затраты на склад существенно снизились, что говорит о высокой эффективности рассчитанной модели.

Из проделанной работы можно сделать следующие выводы:

1. Заказывать товар необходимо в тот момент, когда на складе остается около 100 бамперов, 46 и 38 комплектов порогов и крыльев соответственно;
2. Оптимальный резерв на складе равен 21 бампер, и по 7 комплектов порогов и крыльев;
3. Оптимальное количество бамперов, комплектов крыльев и порогов следует заказывать в размере 126, 60, 81 штук соответственно; а периодичность заказов должна составлять один раз в 33 дня для 126 бамперов и 60 комплектов порогов; один раз в 57 дней для 81 комплекта крыльев.

1. Стратегический план маркетинга Ландау Ольга [Электронный ресурс] Энциклопедия маркетинга Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a55.htm>.

2. Бродецкий Г.Л., Токарева Е.В. Модификация экономического размера заказа при управлении запасами для предприятий мясоперерабатывающей отрасли/ Логистика и управление цепями поставок – 2008. – №3.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ОКОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Е.О. Корецкая, студент

Научный руководитель **В.П. Стуkun**, старший преподаватель кафедры товароведения и экспертизы

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является обзор инновационных решений в области проектирования, конструирования и изготовления светопрозрачных конструкций (СПК), обзор инновационных материалов, конструкционных систем и возможности адаптации зарубежных технологий СПК к российским климатическим условиям.

Понятие «инновация» применяется ко всем новшествам, как в производственной, так и в организационной, финансовой, научно-исследовательской, учебной и других сферах, к любым усовершенствованиям, обеспечивающим экономию затрат или даже создающих условия для такой экономии. Инновационный процесс охватывает цикл от возникновения идеи до ее практической реализации. Особое значение сейчас в России приобретает создание атмосферы, стимулирующей поиск и освоение нововведений. Современная ситуация характеризуется резким обострением конкурентной борьбы. В этих условиях инновации становятся обязательным элементом хозяйственной деятельности предприятия и являются основной движущей силой и предпосылкой его развития.

В России изменилась структура спроса, в частности, выросла заинтересованность населения в жилье эконом-класса и малоэтажном жилье. Благодаря внедрению в российскую строитель-

ную практику хорошо продуманных западных системных решений, разработанных и апробированных на строительных объектах Западной Европы, в России стало возможным применять материалы, обладающие уникальными инновационными свойствами, позволяющими изменить качество жизни россиян. В первую очередь это появление новых материалов, таких как стекло с уникальными свойствами, композитные и полимерные материалы, включая углепластики. Во-вторых, это конструктивные решения на базе уже известных и новых материалов по созданию профильных и пакетных систем, интеграция сенсорных, автоматизированных модулей, а так же высоконадежных фурнитурных решений в СПК.

Если раньше стекло играло роль пассивного элемента и служило только для заполнения оконно-балконных проемов, то в настоящее время оно успешно выполняет множество функций: ограждающая, санитарная, защитная, функция стенового материала.

Тенденции в строительстве и архитектуре (возрастание этажности зданий, площадей наружного остекления, широкое применение стеклянных конструкций внутри зданий, расширение ассортимента и увеличение размеров применяемых элементов остекления и расширение функций), применение СПК нового поколения. Современные градостроительные концепции предусматривают использование стекла в качестве фасадного и стенового материала, лестничных пролетов, а так же мебельных элементов декора (стекла с высокими противударными и изменяющимися светопроводящими свойствами).

Российский рынок СПК по объемам вышел на мировой уровень и превзошел все Европейские страны. По объёму потребления СПК Россия уступаем только Китаю и США. Ежегодный чистый прирост объемов составляет 15-20%.

Эксперты оценивают годовой оборот рынка конструкций из ПВХ в 4,5-5 млрд. долларов.

В России основным потребителем СПК является частный заказчик, доля индивидуального домостроения составляет 47,7%; замена окон, остекление балконов и лоджий в действующем жилом фонде превышает потребности нового строительства в оконных и балконных дверных блоках СПК.

ПК (поликарбонат) как и большинство других прозрачных полимерных материалов, служит заменителем силикатного стекла и может использоваться при защитном остеклении. При этом основные эксплуатационные показатели у листового ПК (вес, тепло- и звукоизоляция) значительно лучше, чем у стекла. Иллюстрируются такие необходимые качества как теплоизоляция, характеризующаяся коэффициентом теплопередачи (К), и звукоизоляция, выраженная значением падения силы звука (в децибелах) при прохождении через остекление. Из таблицы видно, что для всех толщин коэффициент теплопередачи у поликарбоната ниже, чем у стекла. Таким образом, потери тепла в помещении и проникновение тепла или холода извне через ограждающие конструкции в зданиях с поликарбонатным остеклением будут меньше, чем при использовании обычного стекла. Применение инновационного материала – полимера вместо традиционного стекла позволяет в значительной степени снизить энергозатраты на отопление зимой и кондиционирование летом. В то же время звукозащитные свойства листового ПК и стекла практически одинаковы. В таблице 1 приведены сравнительные данные из расчета 1 м² для разных толщин листового ПК и стекла.

Таблица 1

Сравнительные характеристики листового ПК и стекла

Толщина листа, мм	Вес, кг/м ²		К, Вт/м ² К		Звукоизоляция, Дб	
	ПК	Стекло	ПК	Стекло	ПК	Стекло
3	3.6	7.34	5.49	5.87	26	28
4	4.8	9.4	5.35	5.84	27	29
5	6.0	12.24	5.21	5.80	28	30
6	7.2	14.68	5.09	5.77	29	31
8	9.6	19.60	4.89	5.72	31	32
10	12.0	24.48	4.68	5.67	32	33
12	14.4	29.38	4.35	5.58	34	34

Источник: на основе данных производителей

Как показывают данные опросов, от 40 до 50% семей в городах России намерены заняться улучшением жилищных условий в ближайшие два года. Наряду с ростом спроса происходят изменения в потребительских предпочтениях россиян, что предъявляет повышенный запрос к производителям строительных материалов в плане объемов и разнообразия ассортимента продукции.

Таблица 2

**Рейтинг критериев выбора потребителями строительных материалов, %
(по материалам исследований группы «ИНЭК»)**

Критерий	%
Требуемое соотношение «цена-качество»	97,3
Проверенное ранее качество	92,6
Экологичность	80,4
Дешевле аналогов	75,7
Давно и успешно продаваемый на рынке товар	66,9
Отечественный товар	56,1
Рекомендации коллег, знакомых	55,4
Требуемая упаковка, фасовка	44,6
Официальные рекомендации (министерств, ведомств, комиссий)	35,8
Новинка на рынке	27,7
Импортный товар	11,5

По итогам исследования выявлено, что наиболее значимым критерием, определяющим выбор потребителями строительных материалов, выступает оптимальное соотношение цены и качества товара, 97% респондентов выделили этот фактор как «важный» или «очень важный». Следующим по значимости критерием потребительского выбора выступает «проверенное ранее качество товара», его выделили 92,6% респондентов. Факторы экологичности строительных материалов, а также более приемлемой цены по отношению к аналогам в рейтинге критериев потребительского выбора занимают соответственно третью и четвертую позиции (80,4 и 75,7% соответственно). В наименьшей мере влияют на выбор потребителей следующие факторы: «новинка на рынке» (27,7%) и «импортный товар» (11,5%). То есть, российские потребители с некоторым недоверием относятся к новинкам на рынке строительных материалов, а также склонны отдавать предпочтение отечественной продукции перед импортной.

Согласно данным Госкомстата, в 2009 году по отношению к 2002 году прирост объемов выпускаемой продукции в промышленности строительных материалов составил 6,4%. Из представленной диаграммы видно заметное увеличение доли российских производителей на рынке светопрозрачных конструкций.

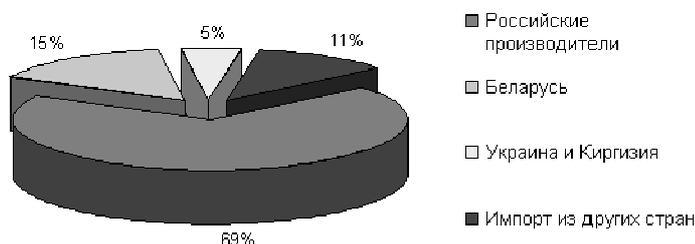


Рис. 2. Структура российского стекольного рынка в 2009 году, % от объема рынка (по данным, приводимым компанией DISCOVERY Research Group).

Источник: <http://www.ostax.org/414340.html>

В настоящее время научно-технический прогресс в отечественной промышленности стройматериалов зачастую основывается на зарубежных научно-технических разработках и закупках импортного технологического оборудования. При этом отечественные разработки в значительной мере остаются невостребованными.

Хотя промышленность строительных материалов характеризуется значительными темпами роста за счет высокой потребности продукции на рынке, экономический потенциал строительной индустрии остается не очень высоким из-за значительной доли изношенности оборудования, имеются существенные трудности в привлечении достаточных объемов инвестиционных ресурсов.

Развитие современных СПК в России возможно только с применением новых высокотехнологичных инновационных материалов, при широком применении средств автоматизации, интегрированных в светопрозрачные конструкции с учетом всех энергосберегающих технологий.

1. Федеральный закон РФ от 23 ноября 2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

2. Кардинальные перемены на рынке ПВХ-окон. Александр Китаев-Смык, директор по развитию бизнеса и управлению проектами компании «профайн РУС». – Ежеквартальный журнал-каталог «Оконное производство». Выпуск 20, август-сентябрь 2009.

3. В России нет достоверной статистики по рынку жилья. 19.11.2009, материалы пресс-конференции аналитического центра «ГдеЭтотДом» и информагентства «Интерфакс».

ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СЕВЕРО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ

А.А. Кузнецова, студент

Научный руководитель **А.Б. Волынчук**, канд. геогр. наук,
доцент кафедры мировой экономики и экономической теории

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В условиях нарастающего противоборства сильнейших держав на мировой арене для России крайне необходимо создать эффективную модель отношений с внешним миром, так как статусные позиции РФ в системе международных отношений до сих пор остаются неопределенными. Решением данной проблемы в условиях усиления роли стран Северо-восточной Азии является создание «треугольников силы/точек роста» посредством тесного трансграничного сотрудничества. Данные «точки» представляют собой объединенные тесными экономическими связями российские регионы и граничащие с ними зарубежные территории, которые должны стать для России воротами в глобальный мир.

Само понятие трансграничность складывается из значений слов «транс», которое обозначает движение через какое либо пространство, и «граница» – полоса, поверхность, разделяющая, выделяющая некоторые однородные зоны. Трансграничная территория обладает следующими признаками:

1. Пересекается границей
2. Состоит из нескольких приграничных территорий

Однако из приграничной территория превращается в трансграничную только тогда, когда наблюдается активное сотрудничество, целостность взаимодействующих территорий и пронцаемость пространства.

Трансграничный регион представляет собой сложную территориальную систему, в которой можно выделить пять слоев: природный, этнокультурный, экономический, геоэкологический и политический. Несмотря на то, что все вышеперечисленные слои могут частично не совпадать друг с другом при их переносе на географическую территорию, однако все слои будут перекрываться друг другом и создавать трансграничный регион.

Все большее значение в последнее время приобретает геоэкологический слой, т.к. трансграничный регион является единой экосистемой и экологические проблемы одного государства автоматически переносятся на территории соседних стран. Яркими примерами подобных проблем является загрязнение рек, опустынивание, пылевые бури и т.д. Активно развивается сотрудничество стран в плане рационального природопользования и укреплению экологической устойчивости.

Однако особое внимание следует уделить экономическому слою, так как именно экономическому взаимодействию призвано создать плодотворную почву для развития российской экономики.

Огромную роль в трансграничном экономическом взаимодействии играет степень насыщенности факторами производства. Различия в возможностях производства углубляет разделение труда и ускоряет перемещение факторов производства внутри региона.

В качестве контактной зоны со странами АТР выступает Дальний Восток. В данный момент он специализируется лишь на поставках ресурсов и является крупнейшей сырьевой провинцией России. Для того чтобы не усилить отставание от центральной части РФ и быстроразвивающихся соседних государств необходимо превращение Дальнего Востока в полноценную зону контактов со странами СВА. Дальневосточный Федеральный Округ обладает многими факторами, способствующими быстрому его развитию. К ним можно отнести:

1. Благоприятное ЭГП
2. Спрос на продукцию региона
3. Избытки трудовых ресурсов в СВА
4. Инвестиционный потенциал СВА
5. Инновационный потенциал ДВО, позволяющий ускорить темпы развития

К приоритетным направлениям развития трансграничного сотрудничества Дальнего Востока РФ со странами СВА можно отнести энергетику по направлению электроэнергетики, освоение и эксплуатацию углеводородных ресурсов, создание транспортного коридора «Европа-Азия» и туризм как одно из новых многообещающих направлений развития трансграничного взаимодействия.

Одним из наиболее перспективных направлений сотрудничества является совместная добыча, переработка и транспортировка энергоресурсов из России в страны Северо-Восточной Азии. Это объясняется тем, что «большая тройка» СВА (Япония, Китай, Р. Корея) является крупным потребителем топливно-энергетических товаров в мире. При этом Япония и Р. Корея обладают крайне скудными запасами энергетических ресурсов, и, как следствие, являются их ведущими импортерами. Несмотря на то, что Китай обладает достаточно крупными запасами угля, нефти и газа, темпы роста потребления этих товаров значительно превышают аналогичные показатели добычи. В связи с этим регион СВА представляет исключительный интерес для России, обладающей значительным ресурсным потенциалом. Экономическое сотрудничество РФ со странами региона во многом определяется созданием международной топливно-энергетической системы и международной транспортной инфраструктуры СВА.

При этом, углеводородные природные ресурсы рассматривают не только как источник энергии в чистом виде, но также рассматривают еще и с политической точки зрения, в частности как фактор энергетической безопасности. В настоящее время термин «энергетическая безопасность» стал синонимом понятий «нефтяная безопасность» и «безопасность поставок» – устойчивые и надежные поставки нефти и газа по разумной цене. В данный момент Россия и страны СВА сталкиваются с постоянной политической нестабильностью в соответствующих соседних регионах, от которых зависит «энергетическая безопасность» России и стран Северо-Восточной Азии. Для стран СВА поставщики энергии – страны ближнего востока, отличающиеся высокой неустойчивостью политической обстановки. Для России же характерен чрезмерный евроцентризм в энергопоставках и конфликты с Украиной. Как следствие, возникает необходимость диверсификации углеводородных поставок и «энергозависимости» от указанных регионов и усиления «энергетической безопасности».

В данный момент по данному направлению реализуется несколько проектов: газопровод «Сахалин-Хабаровск-Владивосток» и нефтепровод «Восточная Сибирь – Тихий Океан». В случае успешной реализации проектов и дальнейшего плодотворного сотрудничества страны СВА получают доступ к альтернативным источникам поставок нефти и газа, Россия в свою очередь получает доступ к альтернативному рынку сбыта и капиталу.

Однако некоторые специалисты высказывают озабоченность по поводу того, сможет ли Россия обеспечить углеводородными ресурсами европейскую и азиатскую части одновременно, так как существуют опасения, что объемов добычи в Восточной Сибири не будет достаточно для покрытия спроса. Также, в качестве потенциальной угрозы может выступить столкновение интересов между странами-потребителями нефти СВА – Китаем, Японией, Южной Кореей, особенно между Китаем и Японией. В данной ситуации возникает опасность консолидации потребителей (Китай, Япония, Южная Корея) в ущерб интересам поставщика (Россия).

Электроэнергетика также является одним из приоритетных направлений экономического развития Дальнего Востока и трансграничного сотрудничества со странами СВА. Развитие сотрудничества в данной сфере имеет особенное значение для России, так как электроэнергия – продукт законченного производства, а не сырье, как нефть и газ. В данный момент реализуются следующие проекты по строительству ГЭС: Нижне-Бурейская ГЭС, Усть-Среднеканская, МГЭС «РДВ-КНДР-РК», а также проект по строительству энергомоста «Сахалин-Япония».

Создание транспортного коридора определяется благоприятным экономико-географическим положением, а также возможностью беспрепятственного и быстрого прохождения экспортной/импортной продукции при условии развития транспортной системы. Для реализации данного проекта планируется модернизация Транссиба и БАМа.

Все вышеперечисленные направления сотрудничества рассматриваются как крайне перспективные, однако на пути трансграничного сотрудничества существует ряд достаточно серьезных препятствий. Главной проблемой региона является дистанцирование стран от решения политических проблем, выдвигая на первый план чисто экономическое сотрудничество. Как следствие получаем наличие множества нерешенных политико-территориальных споров и недостаточную кооперацию, мешающую реализации многих проектов. При этом, необходимо учитывать, что при дальнейшем развитии внутрирегиональных взаимосвязей игнорировать наличие политических проблем будет невозможно. Также, отсутствие надлежащего международно-правового регулирования выступает фактором, тормозящим сотрудничество в области энергетического сотрудничества, так как Договор к Энергетической Хартии в последнее время показал свою несостоятельность в качестве регулятора нефтегазовых отношений.

Пути решения:

1. Поэтапное разрешение проблем политического характера, но не на двустороннем, а на региональном уровне с привлечением все заинтересованных сторон.
2. Создание многосторонних международно-правовых инструментов вместо двусторонних, причем сохраняющих достоинства двусторонних соглашений, но лишенные их недостатков.
3. Создание унифицированных «правил игры».

Однако необходимо учитывать, что в свое время развивающиеся государства Азии не желали поступаться частью суверенитета в пользу наднациональных институтов. Поэтому региональные институты типа Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС), Асеановского регионального форума по безопасности (АРФ) и Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) оказывались слабыми и зависимыми от консенсусного решения, давая необязательные к исполнению рекомендации и налаживая неформальные отношения между лидерами. Исходя из этого, необходимо выработать принципы стратегии сотрудничества России и стран СВА в области освоения и эксплуатации углеводородных природных ресурсов на основании компромиссного подхода к интеграционной мотивации. При этом необходимо исходить из того, что интеграционная мотивация возникает, во-первых, там, где складываются объективные (экономические, технологические, политические, правовые и т. д.) предпосылки для ее практического применения. Во-вторых, у людей,

принимаящих международные решения, должна возникнуть потребность в интеграционной мотивации, причем такое осознание может приходить позже, чем появляется возможность практического использования интеграционной мотивации.

Интеграционная мотивация как раз и включает в себя эту обязательность: национальные интересы должны учитывать интересы региона (СВА, как в нашем случае), ибо без удовлетворения последних нельзя в полной мере реализовать первые. Подводя итог всему вышеизложенному, надо сказать, что у интеграционной мотивации уже сложилась реальная основа в СВА, хотя здесь и отсутствует межгосударственная структура типа ЕС.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИИ В АТР В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

М.А. Кунник, студент

Научный руководитель **Л.Н. Жилина**, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Дискуссии о перспективах развития Азиатско-Тихоокеанского региона в рамках международной экономической деятельности ведутся достаточно давно. На сегодняшний день очевидно, что АТР стал локомотивом экономического развития в мире. Крупнейшие экономики мира (США, Китай, Япония) принадлежат к АТР. Страны с избытком трудоспособного населения (Китай, Индия) также принадлежат к данному региону. США и Япония являются одними из крупнейших игроков на рынке высоких технологий. В среднесрочной перспективе наибольшая экономическая активность будет сосредоточена в АТР. Это обуславливает необходимость интеграции российской экономики в экономические процессы Азиатско-Тихоокеанского региона.

На предыдущем этапе российское присутствие в Азии было представлено в значительной мере слабее, нежели в Европе. Это обусловлено, как значительной разницей социально-экономического положения центральной части России и Дальнего Востока, так тем, что концентрация деловой активности в Европе была гораздо выше, чем в Азии. В настоящее время России пришлось скорректировать стратегию развития регионов с целью увеличения её присутствия в Азии. В рамках стратегии повышения роли Российской Федерации в мировой экономике была принята инновационная модель модернизации экономики, обеспечивающая международную конкурентоспособность страны.

Такой подход требует ряда комплексных, взаимосвязанных преобразований по ряду направлений:

1. Развитие человеческого потенциала России.
2. Создание высококонкурентной институциональной среды, стимулирующей предпринимательскую активность и привлечение капитала в экономику.
3. Структурная диверсификация экономики на основе инновационного технологического развития.
4. Закрепление и расширение глобальных конкурентных преимуществ России в традиционных сферах (энергетика, транспорт, аграрный сектор, переработка природных ресурсов).
5. Расширение и укрепление внешнеэкономических позиций России, повышение эффективности ее участия в мировом разделении труда.

Это ряд принципиальных требований преобразования экономики страны для достижения выбранного сценария. Однако, проанализировав ряд федеральных целевых программ, реализуемых в Дальневосточном Федеральном Округе (ДФО), убеждает в том, что эти программы нацелены на увеличение экспорта топливно-энергетических, минеральных и природных ресурсов.

Фактически сейчас внимание государства сосредоточено на реализации целого ряда целевых программ, реализуемые на Дальнем Востоке страны. В их число входят:

- Строительство нефтепровода Восточная Сибирь-Тихий Океан (ВСТО).
- Ряд мероприятий направленных на подготовку к саммиту АТЭС-2012.
- Строительство специализированного морского нефтеналивного порта Козьмино.
- Строительство нефтеперерабатывающего завода в районе г. Находка.
- Газопровод «Сахалин – Хабаровск – Владивосток».
- Проекты строительства двух судоверфей в бухте Чажма и на базе судостроительного завода «Звезда» в ЗАТО Большой Камень совместно с корейской и сингапурской компаниями.

Из перечисленных проектов только проекты судоверфей являются в большей степени наукоемкими. Однако, если строительство газо- и нефтепроводов фактически ведется, то работы по строительству судоверфей до сих пор находятся на подготовительном этапе. Реально инновационными проектами в ДВФО можно считать сборку самолетов семейства Sukhoi Superjet 100 в Комсомольске-на-Амуре.

Ситуация с развитием человеческого потенциала также весьма неоднозначна. По данным официальной статистики 20 процентов населения округа находится за чертой бедности с доходами ниже величины прожиточного минимума. Миграционные процессы характеризуются оттоком высококвалифицированного, экономически активного населения. Современные общероссийские преобразования в сфере среднего и высшего профессионального образования не повышают оптимизма в отношении развития интеллектуального потенциала региона.

Что касается наших экономических отношений со странами АТР, то здесь сохраняется роль России в качестве «сырьевого придатка», и, видимо, в среднесрочной перспективе кардинальных изменений не произойдет. Вывоз сырья будет расти, так как устраняются всевозможные трудности. Так, в прошлом году были введены прямые расчеты в валютной паре рубль-юань для того, чтобы поставки топливно-энергетических ресурсов не зависели от колебаний доллара.

Внешнеэкономические стратегия России сохраняет прежние тенденции взаимоотношений со странами СВА (КНР, РК, Японией). Вывоз сырья будет расти, поскольку в этом отношении устраняются какие-либо барьеры. Инвестиционное взаимодействие, особенно на инновационной основе, можно характеризовать как крайне недостаточное. Страны СВА не спешат инвестировать в РФ, реализуется только ограниченное количество проектов, связанных в первую очередь с экспортом топливно-энергетических ресурсов. Примером таких отношений может служить строительство сети ЛЭП в рамках экспорта электроэнергии Восточной Энергетической Компанией в КНР.

Таким образом, принятые федеральными программы не способствуют на территории ДВФО развитию инновационного потенциала и должны быть пересмотрены и дополнены.

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

К.А. Максимов, студент

Научный руководитель **В.П. Сидоров**, доцент кафедры маркетинга и коммерции

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В настоящее время перед Российской наукой стоит проблема, коммерциализации разработок созданных российскими учеными, актуальность данной проблемы обостряется так же вопросами внедрения инноваций в экономику. В исследовании данной проблемы обращает на себя внимание отсутствие у экономистов единого представления о понятии «коммерциа-

лизация инновационных разработок», поскольку во многих изданиях трактовка данного термина имеет различное значение. Ниже приведены примеры нескольких определений:

1. «Коммерциализация технологий – это, в первую очередь, построение бизнеса, основанного на результатах научных исследований, в котором, как правило, участвуют и сами авторы технологий» [1].

2. «Коммерциализация технологий – это процесс преобразования знаний в продукт, услугу или деятельность, которые могут быть использованы в целях получения прибыли» [2].

3. «Коммерциализация технологий – это, по одному из определений, - получение выгоды (дохода, прибыли) от коммерческого использования информации о технологии и/или самой технологии» [3].

4. «Коммерциализация технологий – любая деятельность, которая направлена на создание дохода от использования результатов научных исследований, научных компетенций. Основными формами (каналами) коммерциализации являются: использование прав на интеллектуальную собственность (договоры об уступке патента и лицензионные договоры); создание новых компаний, основанных на технологиях (использующих результаты научно-технической деятельности); исследовательские контракты» [4].

5. «Коммерциализация предполагает поиск, экспертизу и отбор разработок для финансирования, привлечение инвестиций, распределение и юридическое закрепление прав на будущую интеллектуальную собственность между всеми участвующими в процессе сторонами, управление научным проектом, внедрение результатов в производство, дальнейшую модификацию и сопровождение интеллектуального продукта» [5].

При анализе приведённых определений, видно, что они имеют различное смысловое значение. Так, в первом, говорится, о построении бизнеса, основанного на результатах научных исследований; во втором, о преобразовании знаний в продукт, услугу или деятельность; в третьем – о получении прибыли от коммерческого использования информации; в четвертом, это уже, любая деятельность, которая направлена на создание дохода от использования результатов научных исследований; в пятом, это поиск, экспертиза и отбор разработок для финансирования, привлечения инвестиций, распределения и юридического закрепления прав на будущую интеллектуальную собственность между всеми участвующими в процессе сторонами.

Таким образом, в пяти определениях коммерциализации инновационных разработок наблюдается пять различных подходов. При этом нужно учесть, что три различных определения уживаются в одной редакции. Можно сделать вывод, что авторы и редакторы не видят разницы между ними или просто не придают значения расхождению в терминологии.

Тем не менее, отсутствие единства в понимании понятия «коммерциализация инновационных разработок», не способствует практическому решению данной проблемы, влечёт за собой нарушение логики исследования, а отсюда и методики построения коммерческих схем практического внедрения инноваций в производство. И вложенные в инновационную сферу деньги не дадут такого эффекта, который может быть достигнут при доведении инновационных разработок до коммерческого проекта.

К примеру, правительство РФ вкладывает огромные средства в «Кремневую долину» для развития данной сферы, приглашаются ученые для работы в «долине». Предпринимателям планируются предоставление льгот, при инвестировании в инновационные разработки. Но каким образом эти разработки довести до «продажной стадии», т.е. до коммерческого проекта, что может увеличить их стоимость на 30 – 40%, невозможно представить без единого подхода к самому процессу коммерциализации.

Более того, без единства в определении коммерциализации невозможна слаженная работа специализированных центров, таких как ЦКТ (центр коммерциализации технологий), где смогут грамотно оформить и представить проект ученого предпринимателю. В итоге, при каждой продаже технологии, российская экономика будет терять, как минимум, одну треть стоимости, которая на рынке технологий выражается в сумму около 214,16 миллионов долларов, а отечественные ученые будут продолжать продавать, чертежи изобретений, в иностранные государства, в виду не востребованности их, в России [6].

1. Коммерциализация результатов НИОКР и технологий (учебное пособие) под ред. В.Г. Зинова /М.: АНХ, 2007 /Доступно из URL: <http://agroincubator.timacad.ru/commerce> [Дата обращения: 25 февраля 2011].

2. Центр коммерциализации технологий – организационное развитие: как создать, управлять, организовать мониторинг и оценку деятельности/ под ред. О.Лукша, П.Сушков и А. Яновский / Часть I/ Проект EuropeAid «Наука и коммерциализация технологий» 2006/Доступно из URL: http://www.rtt.ru/_files/fileslibrary/59.pdf [Дата обращения: 25 февраля 2011].

3. Как продвигать проекты коммерциализации технологий/ под ред. М. Катешова, А. Квашнин / Часть VI/ Проект EuropeAid «Наука и коммерциализация технологий» 2006/Доступно из URL: <http://www.ras.ru/FStorage/download.aspx?id=70f5e972-3f13-4f44-b6cdf13ac21ebad3> [Дата обращения: 27 февраля 2011].

4. Коммерциализация результатов научно-технической деятельности: европейский опыт, возможные уроки для России/ под ред. О.Лукша, П.Сушков, А.Яновский/ Центр исследований проблем развития науки РАН Москва 2006. – Режим доступа: http://www.rtt.ru/_files/fileslibrary/86.pdf.

5. Николай Хохлов. Интернет-журнал «технологический бизнес» /Доступно из URL: <http://www.techbusiness.ru/tb/archiv/number7/page11.htm> [Дата обращения: 28 февраля 2011].

6. Позиции России на мировом рынке технологий/ Федеральный портал Protown.ru/ Доступно из URL: <http://www.protown.ru/information/hide/4450.html> [Дата обращения: 01 марта 2011].

МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Я.В. Мищенко, студент

Научный руководитель **Л.И. Потиевко**, канд.экон.наук,
доцент кафедры мировой экономики и экономической теории

*Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

По итогам прошлого года производство мяса составило 28,3 тыс. тонн, что в 9 раз превышает цифры 2000 г. Если же говорить о структуре производства, то наиболее быстрыми темпами растет доля мяса птицы: в 1985 г. она составляла 23%, в 1990 г. – 30%, в 2000-м уже 57,5%, а начиная с 2003 г. перешагнула рубеж в 90%, достигнув к 2010 г. 98,2%. Крупнейшими производителями являются «Михайловский бройлер», «Птицефабрика Уссурийская» и «Надеждинская». Также, начиная с 2001 г., растет производство колбасных изделий. В прошлом году их выпуск достиг 42,7 тыс. тонн, что почти в 5 раз выше уровня 2000 г. Основными видами в структуре их производства остаются вареные и полукопченые колбасы, а также вдвое выросла доля сосисок и сарделек. Основные производители: «Ратимир», «Никольск», «Деликон-Продукт» и «Надежда-95». Что касается мясных полуфабрикатов, то в 2010 г. их было выпущено 16,4 тыс. тонн, что в 13 раз больше по сравнению с 2000 г. Из них 60% занимает выпуск пельменей, доля которых увеличилась с 2000 г. в 18 раз.

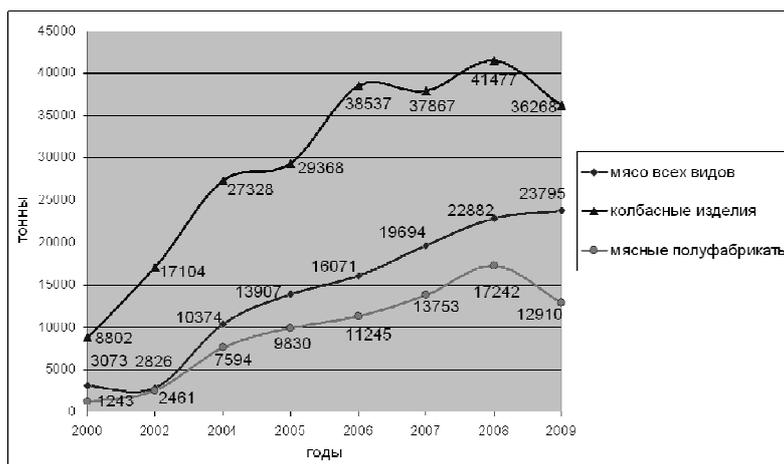


Рис. 1. Производство основных видов пищевых продуктов (тонн)

На графике в целом заметен рост производства с 2000 по 2009 г.г.

Наиболее значимым поставщиком мяса в последние годы стал Артем (23099 тонн в 2009 г. – 97% по Приморскому краю). Основными производителями колбасных изделий стали Владивосток (22836 тонн – 63%), Находка (6800 тонн – 18,7%) и Уссурийск (3614 тонн – 10%).

Если рассматривать структурно, то на 1 января 2011 г. по крупному рогатому скоту лидируют Хорольский район (6000 голов), Уссурийск (5870), Михайловский (5532), Ханкайский (4834), Спасский (4563) районы. По кровам лидеры Хорольский район (3183 голов), Михайловский (3129), Уссурийск (2839), Спасский (2557), Ханкайский (2270) районы. В овцах и козах лидирующие позиции принадлежат Уссурийску (2677 голов), Михайловскому (1898), Шкотовскому (1619), Спасскому (1558), Партизанскому (1441) районам. В производстве свиней лидеры Октябрьский (14389 голов), Михайловский (7244), Спасский (5932) районы, Уссурийск (4171).

По данным 2010 г. максимальная доля хозяйств по производству мяса приходится на сельхозорганизации – 37,9 тыс. тонн (70%), далее следуют хозяйства населения – 14,9 тыс. тонн (27,5%) и крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели – 1,4 тыс. тонн (2,5%). Сельхозорганизации в основном занимаются разведением птицы, так она имеет самый быстрый срок окупаемости и ее просто содержать, а также выращиванием свиней, которые легки в разведении в промышленных масштабах.

В 2009 г. за счет всех источников финансирования крупными и средними организациями на развитие мясопереработки было направлено 63,1 млн. руб. Из этой суммы 52,5% использовано на модернизацию и реконструкцию действующих объектов, 30,6% – на приобретение оборудования и 16,9% – на новое строительство. В 2011 г. 6,5 млн. рублей направлено на развитие свиноводства из краевого бюджета в рамках краевой целевой программы «Развитие репродуктивных свиноводческих ферм». Реализация программы позволила увеличить поголовье свиней в хозяйствах до 76,5 тысячи, что почти на пять тысяч голов больше по сравнению с уровнем прошлого года, однако основным источником финансирования остаются собственные средства организаций и кредиты.

Если проанализировать ситуацию на рынке мясной промышленности всего Дальнего Востока, то на фоне остальных субъектов региона Приморский край занимает наилучшее положение. В 2009 г. по производству мяса и выпуску колбас Приморский край занимал первое место. Если по Дальнему Востоку за последние 10 лет производство мясопродуктов и колбасы увеличилось в 3 и 2,7 раза соответственно, то в Приморье оно выросло в 7,7 и 4 раза. Что касается доли края в общем объеме регионального производства, то за последние 10 лет она увеличилась с 16% до 41% в сегменте мясопродуктов и с 33% до 51% в производстве колбасных изделий, что отражено на рисунке.

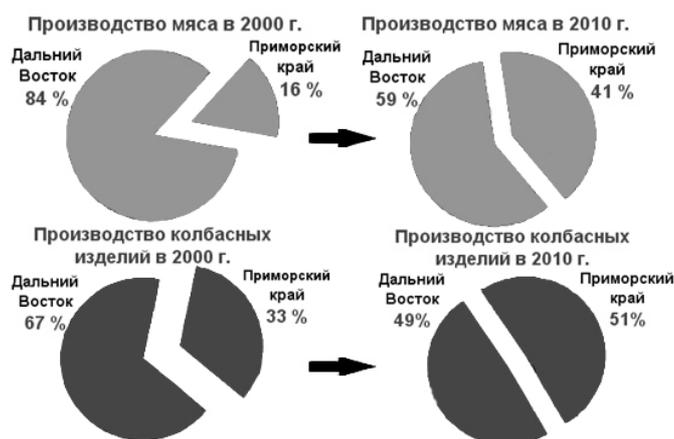


Рис. 2. Доля Приморского края в производстве мяса и колбасных изделий Дальнего Востока

Несмотря на то, что производство мясопродуктов в Приморье существенно зависит от импорта и поставок мяса из других регионов РФ, в крае есть огромный потенциал для увеличения выпуска собственной продукции, в том числе полная загрузка мощностей и увеличение доли малого бизнеса в выпуске мясопродуктов.

Можно подвести следующие итоги:

1. Положительная динамика отрасли (за последние 10 лет производство мяса выросло в 9 раз);
2. В структуре производства наиболее стремительно растет доля птицы, колбасных изделий, полуфабрикатов (особенно пельменей);
3. Основные производители колбасных изделий: Владивосток, Находка, Уссурийск, основным поставщиком мяса является Артем (97%);
4. Разрыв в производстве мяса и колбасы в пользу последней;
5. Максимальная доля среди всех хозяйств в количестве мяса на убой приходится на сельхозорганизации, которые занимаются в основном разведением птиц и свиней;
6. Нехватка инвестиций. Основные источники финансирования – собственные средства предприятий и кредиты;
7. Приморскому краю принадлежит наибольшая доля в производстве мяса и колбасных изделий на Дальнем Востоке;
8. Нехватка собственного сырья и вследствие этого значительная зависимость от импорта.

АЗБУКА КРЕДИТОВ НАСЕЛЕНИЯ

А.А. Никитина, студент

Научный руководитель **В.С. Просалова**, канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и налогов

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Современное социально-экономическое состояние общества и экономическое развитие страны во многом определяются ролью банков в жизни людей, а именно теми услугами, которые предоставляет банк населению. Традиционное представление о банке, как только, о кредитном и расчетно-платежном институте не соответствует современному положению вещей. Банк представляет собой универсальный, многофункциональный кредитно-финансовый комплекс, сочетающий депозитно-ссудные, инвестиционные, консультационные и другие банковские операции. Все эти операции довольно таки сильно влияют на жизнь человека. Привлекая же деньги вкладчиков, банк в свою очередь получает прибыль, используя средства банка населения, удовлетворяя их потребности в товарах и услугах.

Проанализировав показатели и тенденции современного развития банковского сектора Дальнего Востока, можно выделить ряд особенностей.

Во-первых, на фоне сокращения числа банков и филиалов на территории взаимосвязи между банками и клиентами усложняются и обуславливаются растущими требованиями с обеих сторон.

Во-вторых, несмотря на рост капитала дальневосточных банков, не все они соответствуют предъявляемым требованиям.

В-третьих, тенденции развития депозитного рынка ДВФО свидетельствуют о повышении его качества (снижение краткосрочной и рост долгосрочной составляющей), однако динамика его общего развития недостаточно устойчива.

В-четвертых, региональный банковский сектор стал более ориентирован на выполнение классической банковской функции – трансформации депозитов в кредиты экономике, однако качество кредитного процесса недостаточно высокое.

Для многих банков в настоящее время ключевым фактором успеха становится способность изменять свои услуги и продукты, предлагать клиентам новые технологические возможности в получении банковских услуг, корректировать свое поведение на финансовом рынке. В конечном счете, все это сводится к реализации на практике разработанной стратегии развития банка, в которой далеко не последнюю роль играют банковские инновации в услуги, продукты, технологии. Поэтому значение инновационной составляющей в деятельности банка растет и неизбежно будет расти.

Создание системы показателей оценки эффективности инноваций – сложная задача. Согласно недавнему исследованию PricewaterhouseCoopers, почти половина первых руководителей 355 опрошенных североамериканских частных компаний предпринимали попытки оценить инновации с помощью системы количественных показателей¹. Они измеряли успех своих инновационных решений, используя следующие критерии: влияние на рост доходов компании (78%), удовлетворенность клиентов (76%), рост доходов от новых продуктов (74%), повышение производительности труда (71%), динамика прибыли (68%). В то же время организации используют разные подходы для измерения своей инновационной активности, и лишь немногие имеют в своем распоряжении целостную систему показателей инноваций, которая гармонично сочеталась со стратегическими интересами компании.

Большинство руководителей, решая вопрос о необходимости внедрения инноваций, рассуждают в основном о доле рынка, удовлетворенности клиентов, повышении качества обслуживания, расширении продуктового ряда, но когда дело доходит до реализации конкретных проектов, все начинается сводиться к цифрам, а именно: каков будет эффект от внедрения информации, как сравнить между собой предлагаемые проекты, т. е. как оценить эффективность каждого из них и выбрать наиболее оптимальный. Рост прибыли компании, рост доходов компании в целом и рост доходов от новых продуктов, повышение производительности труда – все это, так или иначе, характеризует эффективность компании. Однако такие показатели инноваций, как удовлетворенность клиентов, увеличение доли рынка, повышение конкурентоспособности компании, также неотделимы от эффективности ее работы, если помнить о том, что сегодня, бизнес работает в условиях новой (информационной) экономики. Это означает, что к пониманию и измерению эффективности инновационного бизнеса, в т. ч. и банковского, в условиях новой экономики необходимо подходить по-новому. Внедрение банковских инноваций связано с оценкой экономической целесообразности их внедрения².

Практика внедрения инноваций была рассмотрена на примере АКБ «Приморье», который является одним из наиболее молодых банков на Дальнем Востоке. Он предоставляет та-

¹ Хомутинский Д. Как измерить инновации? // Д. Хомутинский // Управление компаний. 2006 №2.

² Кох Л.В. Инновации в банковском бизнесе / Л.В. Кох, Е.Н. Смольянинова, В.С. Просалова. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2009. – 490 с.

кие виды интернет-услуг, как «Телебанк» и «iBank 2», которые являются инновационными в банковской сфере.

Система «Телебанк» – это система интерактивного банковского обслуживания, позволяющая, используя глобальную сеть Интернет, получать информацию по картам и карточным счетам, выполнять платежи и переводы, создавать виртуальные карты.

Данная система позволяет получать информацию об остатках на карточных счетах, получение истории операций по счету/карте, выполнять переводы между своими карточными счетами, платежи (коммунальные, телефонная связь), привязанные к пластиковой карте, просматривать истории платежей/переводов, создавать Виртуальные карты.

Система «iBank 2» предоставляет клиентам услуги по удаленному управлению счетами. Клиент получает возможность:

- отправлять в банк различные финансовые документы с целью поручить банку выполнить определенные действия в соответствии с документом;
- получать выписки по счетам за произвольный период времени;
- осуществлять отзыв финансовых документов;
- обмениваться информационными сообщениями с банком;
- осуществлять обмен документами (импорт/экспорт) с бухгалтерскими программами.

Для расчета оценки эффективности информационных технологий на примере АКБ «Приморье» будем использовать традиционные финансовые методы. Ниже данные, необходимые для расчета финансовых показателей:

$$NORAT=89353$$

$$TA=11726406$$

$$R=0,095$$

$$Rm=0,09$$

$$b=0,05$$

$$x=0,07$$

$$y=0,07$$

$$f=0,15$$

$$r=0,12$$

$$T=0,24$$

Рассчитаем недостающие показатели:

$$NP=74546+5425199+299260=5799005$$

$$W_s=1729132/9997274*100=17,29603$$

$$W_d=(28454+9721235)/9997274*100=97,52347$$

$$K_s=(0,095+0,05*(0,09-0,095)+0,07+0,07+0,15)*100=38,48\%$$

$$K_d=(0,12*(1-0,24))*100=9,12\%$$

$$WACC=38,48*17,29603+9,12*97,52347*(1-0,24)=13,414$$

$$CE=11726406-5799005=5927401$$

$$EVA=89353-13,414*5927401=-79421968,86$$

$$ROSE=89353/5927401*100=1,5$$

$$ROSE < WACC$$

Это свидетельствует о том, что экономическая добавленная стоимость не возникла, т. е. за данный период времени (отчетный год) не удалось заработать доходность инвестированного капитала выше, чем норма доходности инвесторов. Такие результаты, скорее всего, обусловлены финансовым кризисом, который существенно повлиял на работу АКБ «Приморье».

Предположим, что в данный банк внедряется инновационная информационная технология. На этот проект предполагается затратить 600000 рублей, причем в первый год – 300000 рублей, во второй – 200000 рублей, в третий – 100000 рублей. Ставка дисконтирования составляет 10%, а страховые инвестиции 200000 рублей. Рассчитаем методом чистого приведенного дохода, стоит ли вводить данный проект в АКБ «Приморье».

$$NVP=300000/(1+0,1)+200000/((1+0,1)^2)+100000/((1+0,1)^3)-200000/(1+0,1)+200000/((1+0,1)^2)+200000/((1+0,1)^3)= 15777,61$$

$$15777,61>0$$

$NVP>0$, что означает, что проект следует принять.

Для успешного участия в конкурентной борьбе необходимо ставить следующие задачи:

- повысить гибкость и адаптивность к рынку;
- автоматизировать банковские процессы, перейти на новые компьютерные технологии самообслуживания, дистанционное обслуживания, использование Интернета в системе «банк-клиент», виртуальные банковские и финансовые технологии;
- разработать и внедрить новые банковские продукты (услуги) на базе новых технологий;
- комплексно использовать новые информационные и коммуникационные технологии для электронного маркетинга;
- внедрять инновации в области форм и методов управления, изменения в квалификации работников.

Таким образом, чтобы выстоять в глобальной конкуренции, российским банкам нужно ориентироваться только на самые передовые технологии и продукты.

В результате проделанной работы, была разработана инновационная технология банковских услуг по внедрению «Азбуки кредитов». Данная инновация предназначена для быстрого и легкого определения выгодных условий кредитования в различных банковских организациях. Программа проста в использовании. Ее суть заключается в том, что создается Web сайт, на котором можно ввести необходимые данные. Например, человек, проживающий в г. Владивостоке заходит на этот сайт и заполняет анкету, программа обрабатывает его запрос и выдает все возможные варианты кредитов по всем банкам города с расчетом процентных ставок по кредиту, возможными рассрочками. Это позволяет потребителю в короткие сроки подобрать выгодные условия кредитования.

Преимуществами «Азбуки кредитов населения» для банков являются: дополнительная реклама, привлечение клиентов, увеличение прибыли. Для потребителей соответственно: получение интересующей информации, не выходя из дома, выгодные условия кредитования в связи с конкуренцией между кредитными организациями, возможность просмотра всех условий кредитования, представленных на сайте.

Первым шагом в данной программе является заполнение общих данных о заемщике, таких как: пол, возраст, наличие работы на данный момент, должность, стаж работы и среднемесячная заработная плата.

Второй шаг – информация о кредите. Пользователь из предлагаемых вариантов выбирается необходимые условия для получения кредита. Заполняются такие параметры, как: вид кредита, сумма кредита, срок кредита, досрочное погашение, сумма первоначального взноса.

Последним шагом является вывод результатов о кредитах в интересующем регионе. Программа выдает список банков и список кредитов, которые они предлагают с учетом заданных параметров. Далее при помощи кредитного калькулятора рассчитываются тарифы по кредитам, а пользователь в свою очередь выбирает удобные и выгодные условия для себя.

Рассмотрим работу «Азбуки кредитов населения» на примере. Предположим, что потребитель хочет взять кредит на покупку дорогостоящей шубы.

На первом этапе вводим данные:

1. Пол – женский
2. Возраст – 49 лет
3. Работа на данный момент – да
4. Должность – главный экономист
5. Стаж работы на данной должности – 6 месяцев
6. Среднемесячная заработная плата – 20 000 рублей

Далее осуществляется переход на следующую страницу.

На втором этапе заполняются:

1. Вид кредита – потребительский
2. Сумма кредита – 50 000 рублей
3. Срок кредита – 12 месяцев
4. Досрочное погашение – допускается
5. Сумма первоначального взноса – 20 000 рублей

После осуществления перехода программы выдает список кредитов в различных банках, удовлетворяющих условиям запроса, после чего клиент может произвести расчет каждого интересующего кредита с помощью кредитного калькулятора и выбрать необходимый.

Инновации в банковской сфере в условиях глобализации – настоятельная необходимость для российских банков. Чтобы выстоять в глобальной конкуренции, российским банкам нужно ориентироваться только на самые передовые технологии и продукты. Внедрение «Азбуки кредитов населения» несет преимущества, как для банков, так и для потребителей.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТАМОЖЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.В. Ряшина, студент

Научный руководитель **О.В. Корнейко**, канд. экон. наук,
доцент кафедры товароведения и экспертизы

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Для раскрытия темы исследования в работе решались следующие задачи:

- оценка привлекательности инвестиций в информационные технологии участниками внешнеэкономической деятельности;
- выявление проблем, связанных с применением информационных технологий и путей их решения.

Информационные технологии (ИТ) являются важнейшим фактором формирования современного общества. В таможенной практике внедрение новых технологий идет в двух направлениях: переход к электронному документообороту участников внешнеэкономической деятельности и использование электронного декларирования, в том числе технологии удаленного выпуска.

Распространение ИТ на российской таможенной территории идет неравномерно, о чем можно сделать вывод из следующего: в зону деятельности Дальневосточного таможенного управления входят 9 субъектов Российской Федерации, 15 таможен и 51 таможенный пост, но технически оснащены для применения электронного декларирования только 52% таможенных органов (рисунок 1). Анализируя документы, опубликованные Федеральной таможенной службой РФ, можно отметить, что в Приморском крае наилучшим образом оснащены органы Находкинской таможни [1].



Рис. 1. Техническое оснащение таможенных постов для применения ЭД-1.

Источник: составлено автором с использованием [1].

Как показывает рисунок 2, интенсивность внедрения ИТ участниками внешнеэкономической деятельности г. Владивостока значительно отстает от российских относительных показателей. Например, показатель применения технологии удаленного выпуска по Владивостоку

равен нулю. Это объясняется тем, что первые декларации были выпущены с применением данной технологии только в начале марта 2011 г. Первомайским и Владивостокским таможенными постами, на территории которых расположены Центры электронного декларирования.

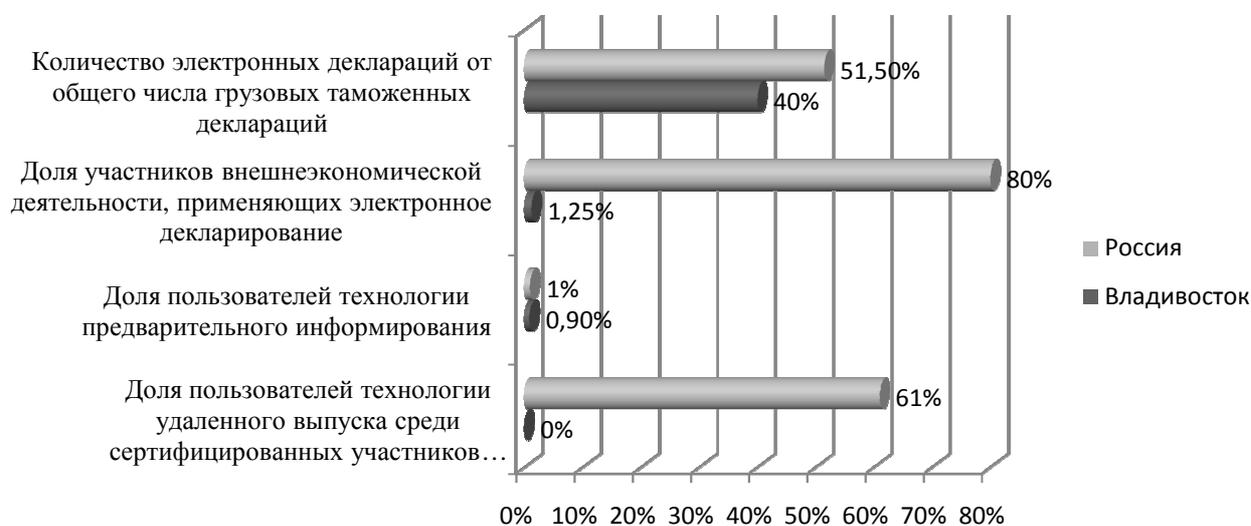


Рис. 2. Сравнительная характеристика интенсивности внедрения информационных технологий (на 1.01.2011)
 Источник: составлено автором с использованием [1].

В то же время в ходе исследования мы пришли к выводу, что с точки зрения отраслевой, что с точки зрения отраслевой принадлежности самыми неактивными пользователями ИТ являются рыбопромышленные компании: в 2010 году из более 2500 грузовых таможенных деклараций по гидробионтам только 65 деклараций были поданы в электронном виде.

С целью обоснования привлекательности инвестиций в ИТ нами был произведен расчет эффективности инвестиционного проекта по внедрению электронного декларирования среднестатистическим участником внешнеэкономической деятельности г. Владивостока (таблица 1). Для расчета мы исходили из допущения, что данный участник совершает 1 поставку товаров в месяц по 5 контейнеров на одну товарную партию. В ходе расчетов было установлено, что показатели дисконтированных доходов и рентабельности достаточно высокие, срок окупаемости составляет 7,63 месяца, следовательно инвестиции в ИТ являются привлекательными и экономически обоснованными.

С целью оценки масштабов внедрения ИТ участниками внешнеэкономической деятельности нами была разработана следующая система показателей:

- Количество сертификатов электронной цифровой подписи (ЭЦП) на компанию
- Наличие лицензионного криптографического программного обеспечения
- Использование технологии удаленного доступа
- Наличие организационной структуры, обеспечивающей разработку и внедрение специализированного программного обеспечения
- Количество сотрудников обученных работе в информационной системе электронного предоставления сведений
- Количество рабочих мест, с которых отправляют электронные декларации.

Данная система показателей может быть использована с целью сравнения участников внешнеэкономической деятельности как пользователей ИТ (например, с помощью методов многомерного сравнения). Актуальность определения масштабов внедрения ИТ участниками ВЭД также обусловлена тем, что с 2014 года в соответствии с ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации» единственной формой декларирования станет электронная.

Расчет эффективности инвестиций в ИТ

Показатель	Значение показателя
Сумма инвестиций (I), тыс. руб.	Сертифицированное ОС – 10 тыс. руб. Антивирусные средства – 2 тыс. руб. Crypto PRO CSP – 1 тыс. руб. АПКШ Континент – 50-120 тыс. руб. Стоимость программного обеспечения для работы с декларациями – 6 тыс. руб. Стоимость проведения аттестации – 30-90 тыс. руб. Итого: 229 тыс. руб.
Экономия затрат за сверхнормативное хранение (CF), тыс. руб.	Таможенный сбор за хранение. Услуги склада СВХ. Терминальные сборы в порту погрузки. Подключение к электросети. Итого: 3 тыс. руб. в день и 30 тыс. руб. за всю товарную партию
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. руб.	$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} - I$ <p>где CF_t – приток денежных средств в период t; I – сумма инвестиций (затраты); i – ставка дисконтирования; n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) t = 1, 2, ..., n (или время действия инвестиции).</p> <p>NPV = 367,652 – 229,000 = 138,652 тыс. руб. NPV > 0, следовательно инвестиции эффективны</p>
Чистая рентабельность инвестиций (R)	$R = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}}{I}$ <p>R = 367,652 ÷ 229,000 = 1,6 > 1</p>
Срок окупаемости (O), месяц	O = 229000 ÷ 30000 = 7,63 месяца

Реализация перехода к электронному декларированию связана с проблемой защиты конфиденциальной информации таможенного декларанта от «утечки» и незаконного использования различными заинтересованными сторонами.

Специальные методы шифрования, кодирования информации, в результате которых ее содержание становится недоступным без предъявления ключа криптограммы, называется криптографией. Современная криптография включает в себя асимметричные криптосистемы, хеш-функции, управление ключами, получение скрытой информации, квантовую криптографию, а также системы электронной цифровой подписи – ЭЦП.

Алгоритм использования ЭЦП достаточно прост. Каждому пользователю генерируются уникальные секретный и открытый криптографические ключи. На основе секретного ключа ЭЦП и содержимого документа путем криптографического преобразования вырабатывается некоторое большое число, которое и является ЭЦП. Это число добавляется в конец электронного документа или сохраняется в отдельном файле.

Пользователь, получивший подписанный документ и имеющий открытый ключ выполняет обратное криптографическое преобразование, обеспечивающее проверку ЭЦП отправителя. Если ЭЦП под документом верна, то это значит, что он действительно подписан отправителем и в текст не внесено никаких изменений [2].

Закрытый ключ является наиболее уязвимым компонентом всей криптосистемы ЭЦП, так как получив его можно создать действительную ЭЦП. Поэтому особое внимание нужно уделять способу хранения закрытого ключа. Компании, занимающиеся оформлением ЭЦП, предоставляют выбор устройств, на котором будет выпущен ключ. Это может быть дискета,

смарт-карта, USB-брелоки, таблетки Touch-Memoty, бесконтактные карты Proximity [3]. В настоящее время самым надежным средством хранения являются электронные ключи eToken компании Аладдин.

Для участников внешнеэкономической деятельности важным вопросом является выбор удостоверяющего центра – УЦ.

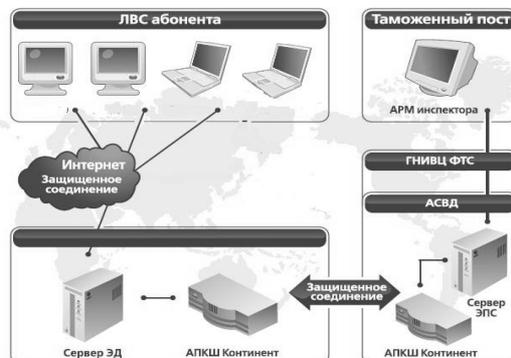


Рис. 3. Технологическая схема подключения рабочего места клиента через сервер

Декларант заполняет таможенную декларацию, снабжает ее ЭЦП, и направляет всю информацию в УЦ, где идет проверка достоверности подписи. Недосток такого подхода очевиден. УЦ обладает полной информацией о том, кто и какой ключ использует. Компрометация центра распределения приводит к компрометации всей передаваемой между абонентами этого центра информации, поэтому для работы с ЭЦП необходимо выбрать тот УЦ, который входит в пространство доверия, образуемое зарегистрированными и сертифицированными информационными операторами.

Так же следует помнить, что подписать документ может только владелец сертификата ЭЦП. В случае передачи ключевой пары третьему лицу возмещение причиненных вследствие этого убытков возлагается на владельца сертификата ключа подписи.

В конечном итоге, если все-таки произошло несанкционированное использование ЭЦП, то необходимо немедленно прекратить информационный обмен с другими участниками системы и сообщить об этом в УЦ. Только таким образом можно заблокировать получение адресатами электронных документов, подписанных данным ключом.

В заключение хочется отметить, что дальнейшее внедрение информационных технологий в таможенной деятельности возможно только при развитии и усовершенствовании методов защиты информации. По нашему мнению, для этого необходимо:

- увеличить длину ключа и значение хэш-функции;
- применять «сильные» способы генерации случайных чисел;
- сочетать криптографические методы с другими методами защиты информации осуществлять страхования ЭЦП в УЦ;
- постоянно усовершенствовать устройства хранения ключей;
- усовершенствовать программные продукты, предназначенные для защиты компьютеризированного рабочего места декларанта;
- разрабатывать новые алгоритмы шифрования (наиболее перспективной в этом отношении, по мнению специалистов, считается квантовая криптография);
- усовершенствовать законодательную базу (регулирующую не только применение криптографического оборудования, но и устанавливающую ответственность за противоправные действия в данной сфере).

1. Таможенные органы ДВ региона, имеющие достаточную техническую оснащенность для применения электронной формы декларирования (ЭД-1) по состоянию на 31.12.2010

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dvtu.customs.ru/ru/infoved/declarant_el/detail.php?i d695=6504&i695=1.

2. Панасенко С. Цифровая подпись – как это делается // Режим доступа: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=9040>.

3. Вельф, А. Тактика цифровой обороны // Коммерсантъ Деньги. – 2008. – №15 (672).

4. ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи» от 10 января 2002 г. N 1-ФЗ [Электронный ресурс]: Консультант: [Электронная правовая система]. – М. Режим доступа: свободный.

ПРОБЛЕМА РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОК

В.Н. Супруненко, студент

Научный руководитель **С.В. Гук**, канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В условиях современной прогрессивной динамики города Владивосток одной из острых проблем является неспособность населения приобрести жильё в черте города. Свидетельством того, что во Владивостоке эта проблема стоит острее, чем в большинстве других городах России является тот факт, что при среднероссийском значении обеспеченности жильем на человека 24 м, во Владивостоке этот показатель составляет всего 20 м. По последним данным только 10% из всех нуждающихся в новой жилой площади могут себе это позволить. Что же мешает горожанам проводить операции на ранке недвижимости?

Для ответа на этот вопрос необходимо проанализировать особенности рынка жилой недвижимости. Рынок недвижимости – система правовых, экономических, организационных и культурных отношений между субъектами рынка недвижимости по поводу создания, формирования, распределения, обмена, потребления полезных свойств, а также прав и обязанностей, вытекающих из обладания объектов недвижимости. Вся жилую недвижимость можно разделить на следующие виды:

- а. Элитный класс (подклассы «Элита А» и «Элита В»)
- б. Бизнес-класс (подклассы бизнес- и комфорт-)
- в. Эконом-класс (подклассы «верхний Э-К» и нижний «Э-К»)

Отнесение дома к тому или иному классу определяется характеристиками местоположения объекта – (престижность района, транспортная доступность, экологические характеристики местности пр.) а также качественными характеристиками самого дома.

Основными факторами, которые действуют на любом рынке, являются: спрос, предложение и цена.

Спрос – это количество земельных участков, зданий, сооружений и прав на них, которые покупатели готовы и могут приобрести по складывающимся ценам за определенный период времени. При прочих равных условиях спрос на недвижимость изменяется в обратной зависимости от цены.

Спрос на недвижимые объекты формируется под влиянием многочисленных факторов:

– экономические факторы: темпы экономического роста и научно-технического прогресса; уровень конкуренции на рынке; уровень доходов потенциальных покупателей; уровень деловой активности населения; возможность привлечения заемных средств; стоимость строительства и цены на объекты недвижимости; цены и тарифы на коммунальные услуги; уровень арендной платы; налогообложение;

– социальные факторы: структура населения; плотность населения; число семей; миграция населения; численность населения и тенденции ее изменения; возрастной и социальный статус населения; образовательный уровень и др;

- природно-климатическая среда: климат; продолжительность времен года; водный и тепловой режим; тип почв; запас питательных веществ в почве; экология;
- административные факторы: постоянные и временные ограничения; условия получения прав на строительство недвижимости; правовые условия совершения сделок (регистрация, сроки и др.).
- окружающая среда: состояние социальной инфраструктуры; транспортные условия; местонахождение недвижимости.
- национальные и культурные условия, традиции населения.
- политические факторы: степень совершенства законодательства, уровень стабильности.

Предложение – это количество объектов недвижимости, которое собственники готовы продать по определенным ценам за некоторый период времени.

В любой текущий момент времени общее предложение складывается из двух элементов – предложение уже существующей и новой недвижимости. Соотношение двух элементов предложения изменяется во времени и от места к месту. В то же время, основной тенденцией является преобладание предложения существующей недвижимости, что связано с ее долговечностью. Изменение предложения объектов недвижимости на рынке может быть реализовано:

- за счет строительства новой или реконструкции существующей недвижимости;
- за счет изменения типа использования;
- за счет изменения существующих прав на недвижимость без физического изменения недвижимости.

Цена – это количество денег, уплаченных за единицу недвижимости в совершенных сделках. Рыночная стоимость – это наиболее вероятный денежный эквивалент собственности. Это наивысшая цена, которую принесет продажа участка на конкурентном и открытом рынке, когда покупатель и продавец действуют разумно и на сделку не влияют посторонние стимулы.

Ошибочно было бы утверждать, что только высокие цены на рынке недвижимости явились проблемой приобретения жилья, существует ещё ряд факторов мешающих людям совершать операции с жилой недвижимостью. К ним относятся: недоступность ипотеки для большинства населения, бюрократизация в сфере частного строительства, неразвитость инфраструктуры на окраинах города, высокий риск потери вложений при участии в долевом строительстве и несовершенство земельного законодательства.

Несмотря на то, что отмечается рост сделок с участием ипотеки вследствие смягчения банковских условий, люди со средним уровнем дохода все еще не могут позволить себе приобретение квартиры в ипотеку. Замечена циклическая последовательность: при понижении рыночной стоимости на жильё растут процентные ставки по ипотеки и наоборот. Поэтому при снижении процентных ставок ипотечные выплаты не уменьшаются.

Еще одним из способов решения проблемы дефицита недвижимости могло бы быть индивидуальное строительство. Но главным тормозом для его развития является высокая стоимость процедуры получения всех разрешительных документов. Для получения разрешения на частное строительство необходимо провести ряд процедур, связанных с замеркой земельной площади – вызов специалиста 48000 рублей, разрешение в Дальэнерго на подключение к сети- 56000 рублей, а также справки от водоканала и других государственных организаций.

Кризис 2009 года привел к ограничению долгосрочных банковских кредитов. Высокий риск замораживания стройки в долевом строительстве, в свою очередь ограничивает число потенциальных участников долевого строительства. При недостатке средств на конечных этапах строительства, стройка сворачивается. Сейчас в приморской столице около 20 объектов, где идут строительные работы: 15 объектов построены до уровня цокольных этажей и менее, а на 12 стройках работы вообще приостановлены на разных стадиях. Причем 12 из 20 этих объектов должны были быть сданы в 2010 году. В первом полугодии 2010 года в эксплуатацию введено 64,2 тыс. кв. метров жилья, а это на 12% меньше, чем за аналогичный период года 2009.

Даже при возможности приобрести жилье, большой % на выбор покупателя играет развитость инфраструктуры, недостаток детских садов, школ, поликлиник, некачественная экологическая обстановка, состояние дорожного полотна. Все эти параметры влияют на уровень ареала застройки, а в дальнейшем и на формирование соответствующего спроса.

Учитывая все обозначенные факторы, можно предложить следующие пути решения сложившихся проблем на рынке жилой недвижимости:

Жесткое ограничение верхней ипотечной ставки государством.

Регулирование деятельности государственных учреждений в сфере градостроительства. Высокие тарифы на получение разрешений ничем не обоснованы и должны контролироваться государством как услуга осуществляемая предприятием монополистом.

Необходимо ввести государственное страхование средств пущенных в доленое строительство, что снизит опасения граждан по поводу ситуации в случае заморозки стройки. Также возможна выдача лицензий для осуществления данной деятельности страховым фирмам фондам.

Развитие инфраструктуры отдаленных районов. Качественное улучшение прилегающей территории.

-
1. Газета «Недвижимость Владивостока».
 2. Деловой еженедельник «Конкурент».
 3. Информационное агентство «Primamedia».
 4. Портал Росриэлт (данные и сводки за последний год).
 5. Росстат – официальный сайт.
 6. Хайбулов М.В., Попов Е.М. «Экономическая теория», М: Вита-Пресс, 2004.

ПРИРОДА РОССИИ И КИТАЯ

Чэн Сянфэй, студент

Научный руководитель **Т.В. Ковалева**, ассистент кафедры русского языка

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы – сопоставить природные ресурсы России и Китая, обозначить общие проблемы.

Природные ресурсы – это средства к существованию, без которых люди не могут жить. Это вода, земля, растения, минералы и т.д. Они дают нам пищу, одежду, топливо и сырьё для работы промышленности, из них люди создают машины, медикаменты и многое другое. Поэтому природные ресурсы являются богатством страны и в России, и в Китае.

В отличие от других стран, количество природных ресурсов России очень большое. В России живёт менее 3% населения Земли, а территория России составляет 10% от земной. В России существуют 45% природных газов, 13% нефти, 23% угля. Запасы леса России составляют 22% от мировых, по этому показателю она занимает первое место в мире. Россия занимает первое место по запасам газа, древесины, стальной руды, по запасам нефти – третье место в мире. Россия является очень богатой природными ресурсами страной.

Территория Китая составляет 22.1% от территории Азии, 6.4% от земной. Китай является одной из стран, которые имеют самую огромную территорию.

Китай имеет обширные залежи полезных ископаемых (W, Sb, Cu, Hg) . Страна занимает важное место в мире по запасам железной руды (третье место), по запасам леса – восьмое место. Запасы водных энергоресурсов Китая очень богатые.

Также как и Россия, Китай имеет богатые природные ресурсы, которые являются частью богатства страны.

Природа – это важный капитал страны. Сегодня Россия и Китай уже приняли много мероприятий, которые могут сохранить природу, чтобы содействовать развитию экономики и прогрессу общества.

Но, как в России, так и в Китае существуют проблемы использования природных ресурсов.

В России климат, рельеф и большие расстояния серьезно затрудняют разработку природных ресурсов. Хотя природные запасы России очень богатые, природные ресурсы, которые можно использовать недостаточные. Очень важная проблема для России – как увеличить эффективность добычи и использования природных ресурсов.

А в Китае самой большой проблемой использования природных ресурсов является население. Все знают, что количество населения в Китае очень большое, поэтому запасы на душу населения недостаточны. Еще одна проблема, которая сегодня существует в Китае – это расточительство природных ресурсов.

Люди, живущие в обеих странах, должны экономить и сохранять природные ресурсы. Это значит, что сегодня необходимо строго следить за чистотой рек и озер, именно они являются источниками питьевой воды. Сокращать вырубку леса, высаживать молодые деревья – они дают нам чистый воздух. Меньше использовать химических удобрений для почвы, качество овощей и фруктов станет лучше. Охрана животных – важный момент в природоохранной политике государства. Добыча и расход полезных ископаемых должны быть рациональными.

Соблюдая эти нехитрые правила, Россия и Китай смогут обеспечить процветание и комфортную жизнь будущим поколениям своих стран.

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА

Ван Хао, студент

Научный руководитель **Т.В. Ковалева**, ассистент кафедры русского языка

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы – изложение своей точки зрения на способы повышения эффективности изучения русского языка.

Разрешите поделиться мыслями о способах повышения изучения русского языка.

Во-первых, я считаю, что русский язык – это большая и трудная наука. Изучая русский язык, я также изучаю русскую культуру, традиции и обычаи. Только так можно всецело изучить русскую культуру. Люди смогут легче, исчерпывающе понимать слова друг друга.

Во-вторых, на мой взгляд, человеку, не имеющему хорошего здоровья, достаточно трудно заниматься учебой. «Здоровье – капитал революции», есть такая поговорка в китайском языке. Если изучение русского языка для нас великая революция, то здоровье, конечно, наш капитал. Неправильное питание, употребление спиртных напитков, курение, недостаточная физическая нагрузка лежат в основе многих распространенных заболеваний. Я не хочу болеть, поэтому я не курю, не пью вино, часто занимаюсь спортом, для того чтобы иметь крепкий организм и гарантию учиться успешно.

В-третьих, я уверен, что без искреннего интереса к жизни, событиям, проблемам страны, язык которой я изучаю, трудно добиться хороших результатов в учебе. Хотя изучать иностранную культуру для многих людей очень трудно и сложно, но понимая смысл новых слов, невольно думаешь о том, что знание иного языка, знакомство с культурой другого народа обогащает человека, развивает его личность. Понимание жизни и обычаев другого народа, проникновение в строй чужого языка позволяет глубже осознать своеобразие собст-

венного народа, богатство родного языка. Сегодня дело не просто в том, что различные страны не могут прожить без экономического и научного сотрудничества и связей, а также и в том, что в последнее время происходит сложное взаимодействие культур. Если ты научишься русскому языку, ты как будто войдешь в новый мир. Это ведь сказочно!

В-четвертых, правильное планирование времени тоже очень важно. Практика показывает, что при отсутствии продуманной организации учебного труда даже долгие годы учебы в вузе не могут обеспечить подготовку современных специалистов высшей категории. На мой взгляд, после занятий в институте не следует сразу же браться за выполнение домашнего задания. Перед самостоятельной работой необходим отдых, желателен активный и на свежем воздухе. Составляя режим дня, необходимо учитывать одну из основных биологических потребностей человеческого организма – сон. Для студенческого возраста считается достаточным 7 часов сна.

Последний пункт – частое общение с русскими друзьями. Когда вы идете по улице, едете на автобусе, покупаете овощи – не упустите шанс практики говорения. Просторечие, жаргон, которые вы можете услышать, необходимы для более полного понимания языка. Обращайте внимание на жесты, мимику вашего собеседника, часто они помогают понять человека без слов.

К сказанному, я хотел бы добавить, что без упорства выучить иностранный язык невозможно. Нужно больше учить слов, правил грамматики, больше читать и говорить, «Трудно в учении, легко в бою». Надеюсь, что вы поняли мои мысли и увидели не слишком много ошибок. Я ведь только учусь!

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ СХЕМ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

С.А. Хлоповской, студент

Научный руководитель **С.К. Худякова**, старший преподаватель кафедры товароведения и экспертизы

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью данной работы является исследование влияния эффективности схемы мерчендайзинга на прибыльность торговой организации и системы продвижения продукции компании Вим-Биль-Данн на примере дискаунтера «Кашелка».

Прибыль – это результат производственной и коммерческой деятельности фирмы, главный фактор, стимулирующий предпринимательство. Иными словами, это финансовый результат производственной и хозяйственной деятельности организации, который показывает ее чистый доход. Прибыль также можно рассматривать как двигатель производства. Как экономическая категория, прибыль представляет собой чистый доход, созданный в сфере материального производства, а на уровне предприятия чистый доход принимает форму прибыли.

На изменение прибыльности влияют две группы факторов: внешние и внутренние. Важнейшими в группе основных являются: валовой доход и доход от продажи продукции (объем продаж), себестоимость продукции, структура продукции и затрат, величина амортизационных отчислений, цена продукции. К неосновным факторам относятся факторы, связанные с нарушением хозяйственной дисциплины, такие как ценовые нарушения, нарушения условий труда и требований к качеству продукции, другие нарушения, ведущие к штрафам и экономическим санкциям.

К внешним факторам, влияющим на прибыль предприятия, относятся: социально-экономические условия, цены на производственные ресурсы, уровень развития внешнеэкономических связей, транспортные и природные условия.

Важнейшими факторами роста прибыли являются рост объема производства и продажи продукции, внедрение научно-технических разработок, повышение производительности труда, улучшение качества продукции.

Существует еще одно направление деятельности, направленное на увеличение объемов продаж в розничной торговле – это мерчендайзинг (англ. «merchandise» – торговать). Мерчендайзинг определяет правила представления и продвижения товара на рынок путем различных средств и методов, используя при этом приемы рекламы по месту продажи. Результатом правильного мерчендайзинга всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар. В современном международном понимании мерчендайзинг представляет собой набор мероприятий по продвижению и сбыту определенных товаров в розничной торговле.

Объектом исследования являлся дискаунтер «Кашелка», г.Артем ул.1 рабочая, 28. «Кашелка» – это активно развивающаяся торговая сеть, включающая в себя десять магазинов по Приморскому краю в таких городах, как Артём, Владивосток, Уссурийск, Находка, Арсеньев и Партизанск. Торговая сеть «Кашёлка» ведет розничную торговлю продуктами питания, бытовой химией, косметикой, товарами для дома и товарами повседневного спроса в формате.

Предметом исследования являются объемы реализации продукции компании Вим-Биль-Дан. Ассортимент соков и минеральной воды, представленный компанией Вим-Биль-Данн очень разнообразен, это соки и нектары премиум класса J-7 и Cold Premium, среднего класса Любимый сад и Gold Classic, и вода минеральная Родники России и лечебная Эссентуки, морс.

В результате данного исследования была изменена действующая схема мерчендайзинга и рассчитан уровень продаж продукции компании Вим-Биль-Данн в дискаунтере «Кашелка».

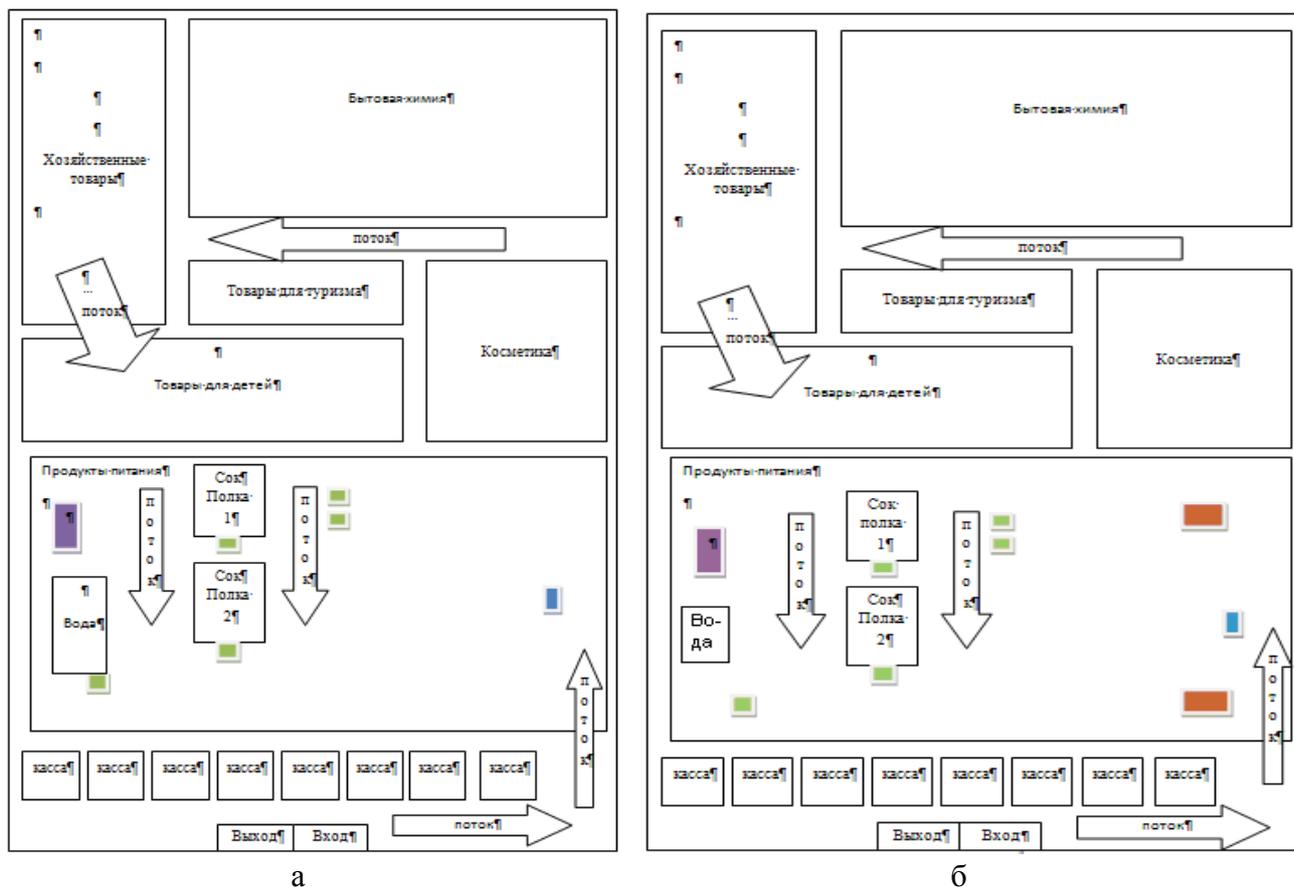


Рис. 1. Схема расстановки торгового оборудования магазина «Кашелка»

Исследование проводилось в течение четырех недель. В таблице 1 приведен уровень продаж продукции компании Вим-Биль-Данн за две недели до установки дополнительного оборудования и за две недели после установки оборудования.

Уровень реализации продукции компании Вим-Биль-Дан

Наименование	Цена, руб. за шт.	Показатели до изменения схемы		Показатели после изменения схемы		Изменение показателей реализации	
		Количество проданных товаров, шт.	Уровень продаж, руб.	Количество проданных товаров, шт.	Уровень продаж, руб.	Натуральное выражение	Денежное выражение
«Ессенуки»	35.15	289	10158,35	348	12232,2	59	2073,85
«Родники России»	21.57	167	3602,19	236	5090,52	69	1488,33
«Gold Premium»	41.4	52	2152,8	49	2028,6	-3	-124,2
«Gold Classic» 1.93 литра	47.7	61	2909,7	67	3155,7	6	246
«Gold Classic» 0.95 литра	25.41	365	9274,65	392	9960,72	27	686,07
«J-7» Гранат	84.96	6	509,76	11	934,56	5	424,8
«J-7» Иммуно	55.95	20	1119	27	1510,65	7	391,65
«J-7» Вишня	59.38	5	296,9	9	534,42	4	237,52
«J-7» Грейпфрут	59.38	7	415,66	11	653,18	4	237,52
«J-7» 0.97 литра	50.87	76	3866,12	89	4527,43	13	661,31
«J-7» Актив 1.45 литра	58.09	25	1452,25	29	1684,61	4	232,36
Любимый сад 0.39 литра	18.26	30	547,8	43	785,18	13	237,38
Любимый сад 0.95 литр	34.47	186	6411,42	219	7548,93	33	1137,51
Любимый сад 1.45 литра	55.95	12	671,4	9	503,55	-3	-167,85
Любимый сад 1.93 литра	63.02	416	26216,32	778	49029,56	362	22813,24
Итого:			69604,32		100179,81		30575,49

Основной объем продаж составляет «Любимый сад» 1.93 литра, это объясняется тем что данный формат упаковки является наиболее выгодным, а данный сок более популярным и доступным для населения со средним достатком.

Как видно из таблицы, за счет проведенных мероприятий объем продаж вырос на 30575 рублей, что составило 44%. По результатам таблицы 1 построена диаграмма в соответствии с рисунком 2.

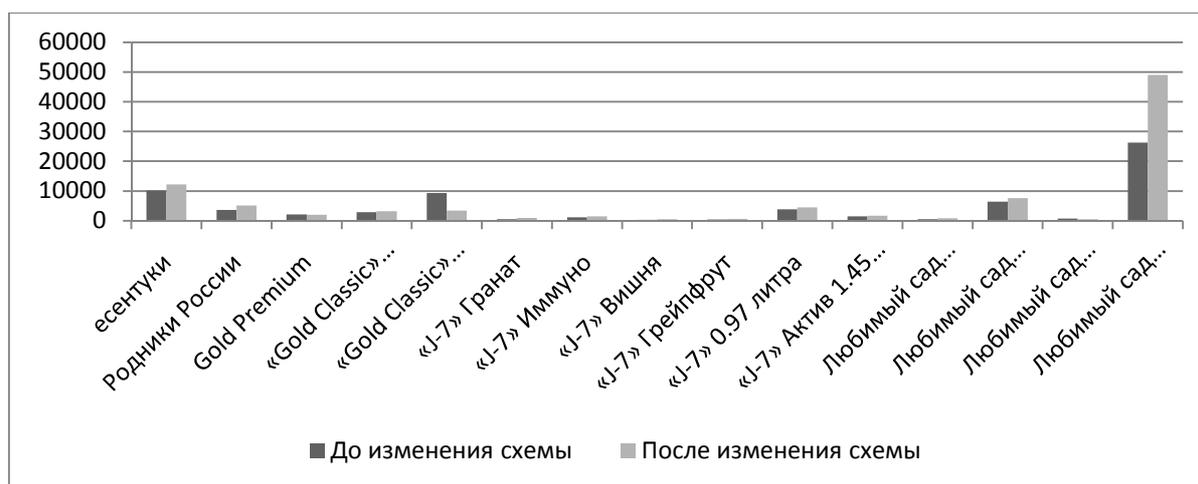


Рис. 2. Сравнительный анализ уровня продаж продукции компании Вим-Биль-Дан

Из диаграммы видно, что по всем позициям наблюдается увеличение роста продаж. Увеличение общей прибыли достигнуто благодаря продажам минеральной воды «Эссенуки» и «Родники России», сока «Любимый сад» объемом 0,95 и 1,95 литра со вкусами : апельсин, яблоко, яблоко-персик, томат. Таким образом исследование наглядно показало влияние методов мерчендайзинга на увеличение потребительского спроса, и как следствие увеличение прибыльности торгового предприятия.

1. Чкалова, О.В. Торговое дело: учебное пособие для студентов вузов / О.В. Чкалова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2010. – 320 с. : ил. – (Новое экономическое образование).
2. Синяева, И.М. Маркетинг торговли: учебник для студентов вузов /И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – М.: Дашков и К*, 2009. – 752 с.
3. Крок, Гульфира Гандалибовна. Ювелирный магазин. Управление. Мерчендайзинг / г. Г. Крок. – М.: 6 карат, 2008. – 192,[16] с. : ил.
4. Кент, Т. Розничная торговля: учебник для студ. вузов, обуч. по спец. 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» /Т. Кент, О. Омар. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 719 с.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА КРУПНЫХ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ КОНГЛОМЕРАТА LOTTE

Д.Д. Чалова, студент

Научный руководитель Л.Н.Жилина, доцент,
преподаватель кафедры мировой экономики и экономической теории

*Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В условиях современной глобализации рынков стратегия бизнеса является определяющим фактором успешного существования компании как конкурентоспособной и постоянно развивающейся рыночной структуры. Примером такой компании является корейский конгломерат Lotte, который начал свою деятельность в 60-х годах прошлого века как кондитерская компания «Lotte Confectionary». В 70-х годах компания укрепила свои позиции в пищевой отрасли, начала строить гостиницы и универмаги, заниматься строительным, нефтехимическим бизнесом, тем самым расширив свой спектр деятельности, что позволило корпорации в 90-х годах посредством крупных инвестиций и смелых внедрений начать освоение мирового рынка. В 2000 году Lotte превратилась в одну из крупнейших корпораций Республики Корея.

Сегодня продукция компании экспортируется в 70 стран мира. Стратегия компании направлена на завоевание азиатского рынка и постепенный выход в Европейский регион.

Стремление Lotte превратиться в компанию глобального масштаба привело к принятию в марте 2008 года программы «Видение 2018», нацеленной на вхождение в 2018 году в десятку крупнейших транснациональных компаний Азии. Для реализации программы определены политика, основные ценности и задачи для каждого региона по отдельным направлениям деятельности. Так, к основным ценностям компании относятся: учет потребностей клиентов, творческий подход, энтузиазм, сотрудничество, ответственность.

Реализуемая стратегия компании является результатом работы системы корейского менеджмента, представляющего собой синтез менеджмента США и Японии, что объясняет стремление компании ориентироваться не только на азиатский, но и на другие крупные рынки мира.

Ниже перечислены принципы корейского менеджмента, нашедшие отражение в стратегии компании Lotte:

- Иерархичность – упорядоченность системы, четко работающий административный механизм, разграничение сфер ответственности, дисциплинированность работников.

- Приверженность традициям – соблюдение норм поведения, ритуалов, формальностей при исполнении решения. Такие принципы создают ощущение надежности и уверенности партнеров корейских компаний. Ибо действия выходящие за рамки традиционных правил, с точки зрения корейских менеджеров, могут привести к «потере лица».

- Система ценностей – возвышение общественного престижа, уважения и доверия над материальным состоянием. «Качество товара – высшая ценность товарной марки Лоте».

- Трудовая этика – коллективные ценности, самодисциплина.

- Карьера – системное обучение внутри компании, изучение целей и методов их достижения, курсы повышения квалификации. Наличие магистратуры и курсов лидеров глобального бизнеса (*Институт Lotte* развития человеческих ресурсов).

Таким образом, основные принципы компании являются фундаментом оперативной стратегии, которая в свою очередь обеспечивает ее конкурентоспособность.

Существуют многочисленные формы различных конкурентных стратегий, которые непосредственно определяются спецификой компании. В случае с корпорацией Лоте следует рассмотреть свойственную ей стратегию широкой дифференциации, в основе которой лежит идея создания уникального дифференцированного продукта. В таблице 1 представлены элементы, сущность и особенности реализации стратегии широкой дифференциации компании Lotte.

Таким образом, наблюдается дифференциация по разным областям в зависимости от рода деятельности отделения компании. Дифференциация осуществляется по различным критериям: по престижу дизайна или бренда, по используемой технологии производства, по функциональным возможностям, по качеству обслуживания потребителей, по развитой дилерской сети и т.д. Реализация стратегии дифференциации требует осуществления значительных инвестиций, необходимых для претворения таких необходимых мер по внедрению стратегии, как масштабные фундаментальные исследования, конструкторские разработки, приобретение высококачественных материалов, интенсивная работа с клиентской базой. Помимо перечисленных процедур для успешного осуществления дифференциации компании необходимо обладать такими ресурсами и характеристиками, как большой опыт работы в отрасли, соответствующая позиционированию система каналов сбыта, возможность привлечения квалифицированной рабочей силы и творческого персонала, специфическая организационная структура, позволяющая работать подразделениям НИОКР и маркетинга в тесном взаимодействии. Все это свойственно конгломерату Lotte и отлично выражено маркетинговой стратегией компании.

Специфика стратегии широкой дифференциации компании Lotte

<i>Элементы стратегии</i>	<i>Сущность стратегии</i>	<i>Особенности реализации стратегии</i>
Стратегическая цель	Большая доля рынка	Объем продаж составляет свыше 38 млрд. долл. США.
Конкурентное преимущество	Предложение продукции, отличной от продукции конкурентов	«Лоте Самканг» специализируется на производстве мороженого, лапши, масел. В сфере по производству рафинированных масел занимает 1 место по доле рынка. Компания сосредоточена на разработке безвредных и приятных на вкус рафинированных масел, посредством метода снижения транс жиров и постоянных исследований в области данного производства.
Ассортимент товаров	Большое количество модификаций продукта, широкий выбор, упор на дифференцирующие свойства	«Лоте алюминий» специализируется на производстве алюминиевой фольги и упаковочном материале, работает над технологией новых видов упаковки, экспортирует продукцию за рубеж, превратившись в глобальное предприятие нового поколения упаковки.
Приоритеты в производстве	Придание товару дополнительной ценности в глазах потребителей, стремление к превосходству товара	Компании пищевой отрасли Lotte создали внутри центрального исследовательского института Центр безопасности продуктов, который осуществляет контроль за безопасностью всей продукции. Все предприятия пищевой отрасли имеют сертификаты качества и безопасности ISO 9001, ISO 14001, сертификат HACCP- международных стандартов по системе Менеджмента за безопасностью продуктов, соответствующим мировым стандартам
Приоритеты в маркетинге	Придание товару тех свойств, за которые потребитель согласен платить.	«Лоте Асахи Ликер» импортирует из различных стран мира комплексный тщательно отобранный ассортимент из 300 видов алкогольных напитков. Например, пиво «Асахи» обладает наилучшим вкусом и качеством и занимает 1 место по доле рынка в Японии, и 3 место в Корее.
Поддержка стратегии	Информирование о дифференцирующих свойствах товара по заслуживающим доверия каналам.	Lotte HomeShopping работает посредством телевидения, интернета, каталогов, мобильной связи, цифрового кабельного телевидения, таким образом используя различных посредников, предлагает широкий диапазон товаров, завоевав доверие и любовь покупателей. Только ноу-хау в области интернет-шоппинга обеспечили компании 11 млн. пользователей.

Наличие данной системы обуславливает выполнение стратегической программы «Видение 2018». На протяжении последнего десятилетия компания Lotte успешно открывает гостиницы и супермаркеты, строит свои заводы и развивает сотрудничество с такими странами как Китай, Индонезия, Вьетнам, Индия, Австралия. Помимо выхода на азиатский рынок, Lotte осуществляет постепенный вывод всех своих дивизионов на рынок России. В 1997 г. учреждена компания «Лоте Рус», в 2002 г. началось строительство Lotte Town, в 2007 г. открыт торговый центр «Lotte Plaza» в Москве, в 2010 г. открыты кондитерский завод Lotte в Обнинске и гостиница класса deluxe в Москве. Планируется открытие сети кинотеатров Lotte Cinema в городах Дальнего Востока России и строительство гостиницы к 2012 г. во Владивостоке. По общему объему инвестиций Lotte Group в зарубежные проекты Россия уже сейчас находится на первом месте. Только до 2013 г. одно из подразделений конгломерата Lotte – Lotte Shopping, инвестирует около 450 млн долл. США в четыре проекта в Москве и Санкт-Петербурге. Такая заинтересованность компании объясняется стратегией географической диверсификации, в рамках которой Россия, будучи евроазиатской страной, выступает первоначальным этапом выхода компании на европейский рынок.

Таким образом, развитые организационные компетенции позволяют компании успешно выходить на новые отраслевые и географические рынки. На базе общих функциональных компетенций и ключевых факторов успеха достигается интеграция значительно различающихся по специализации подразделений компании. Динамичное развитие компании Lotte доказывает действенность и эффективность системы корейского менеджмента.

УПРАВЛЕНИЕ БАНКОВСКИМИ ПАССИВАМИ

В.В. Чернышева, студент

Научный руководитель **Е.Д. Рубинштейн**, канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и налогов

Институт международного бизнеса и экономики Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В функционировании экономики страны продолжают укрепляться рыночные основы, и вместе с тем, российская банковская система находится в процессе развития. Несомненно, развитие банковского сектора и динамика его параметров неразрывно связаны с российской экономикой и для роста экономики необходимы как развитие банковской системы страны, так и повышение ее влияния.

Одним из основных, если не основным, видом деятельности банка, определяющим их чрезвычайно важную роль в экономике, является деятельность банка как финансового посредника. Данный вид деятельности заключается в том, что временно свободные капиталы и сбережения одних экономических субъектов привлекаются банками и передаются в форме кредитов тем экономическими субъектам, которые нуждаются во временном заимствовании средств. При осуществлении такой посреднической деятельности банки производят преобразование ресурсов, привлеченных банком, по срокам, уровню ликвидности и суммам, и таким образом приводят их в соответствие с потребностями заемщика.

Ресурсами коммерческого банка являются денежные средства, которыми на данный момент располагает банк для осуществления как кредитной деятельности, так и проведения других активных операций. Если говорить о кредитной сфере в целом, то ее развитие будет определяться развитием банковского сектора, а движение кредитных ресурсов будет определяться движением банковских ресурсов. Причем, под банковскими ресурсами понимаются привлеченные с помощью различных инструментов денежные капиталы и сбережения, которые могут быть использованы для размещения банками в различные виды финансовых активов. Часть этих ресурсов должна вкладываться в материальные активы, так как банкам необходимо создавать собственную материальную базу. Данные вложения не рассматриваются в нашем контексте управления банковскими ресурсами.

Банковские ресурсы могут быть классифицированы по различным признакам. Это могут быть источник привлечения, тогда ресурсы можно классифицировать на собственные и заемные. Другими классификационными признаками могут быть срок, принадлежность.

На уровне отдельного банка управление банковскими ресурсами представляет собой деятельность, связанную с привлечением средств вкладчиков и других кредиторов и определением соответствующей комбинации источников средств для данного банка. В более узком смысле под управлением банковскими ресурсами понимают действия, направленные на удовлетворение потребностей банка в ликвидности путем активного изыскания и привлечения заемных средств. Концепция управления ресурсами на уровне отдельно взятого банка должна обеспечивать реализацию двух основных функций банка как института рыночной экономики: во-первых, обеспечение необходимой ресурсной базы для осуществления кредитной и инвестиционной политики и, во-вторых, получение прибыли. Следовательно, основной целью разработки концепции управления ресурсами банка должно быть нахождение оптимального соотношения между ликвидностью банка и его прибыльностью. В концепции управления ресурсами необходимо также учитывать соотношение между расходами на привлечение средств и доходами, которые можно получить от вложения этих средств в ссуды, ценные бумаги и другие активы. Взаимосвязь между управлением активными и пассивными операциями имеет решающее значение для прибыльности коммерческого банка. При этом, пассивные операции в результате которых формируется ресурсная база коммерческих банков, играют первичную и главную роль по отношению к активным. Для того, чтобы охарак-

теризовать деятельность банка в целом, используют такую характеристику, как его финансовое состояние, которое определяется качеством управления пассивами и активами банка, что отражается в основных показателях финансового состояния.

Некоторые зарубежные аналитики ставят показатели ликвидности на первое место, считая их самыми важными для банковской деятельности в целом. Показатели ликвидности относятся к показателям оценки финансового состояния банка. Ликвидность банка означает способность его активов превращаться в денежные средства. В балансе статьи активов коммерческого банка располагаются в порядке убывания ликвидности. Объемы активных операций напрямую зависят от объемов пассивов, при этом именно активные операции генерируют прибыль банка.

Для коммерческих банков пассивные операции являются одними из приоритетных в вопросах управления ликвидностью. Управление пассивами – деятельность банка, которая связана с привлечением средств вкладчиков и других кредиторов и определением структуры источников соответствующих средств, а в узком смысле это активный поиск привлеченных средств. Ресурсы коммерческого банка формируются с помощью пассивных операций. Причем, формирование привлеченных средств банка осуществляется различными методами. Важность ресурсной базы для банков определяет важность для банковских менеджеров своевременной оценки ресурсов, которые имеет банк в каждый момент в реальном времени. Частью этой задачи является прогнозирование суммы средств на депозитах банка. Для решения задачи прогнозирования оценки депозитных ресурсов методами математического моделирования необходима достаточная информационная база, желательно ретроспективные данные о средствах по каждому рабочему дню. Для прогнозирования будущих значений необходимо определить модель временного ряда. Одним из вариантов таких моделей являются авторегрессионные модели с полиномиальными трендами для прогнозирования. Такие модели полезны не только менеджерам, но и аналитикам коммерческого банка для анализа ситуации в будущем и принятия своевременных мер.

ИНСТИТУТ СЕРВИСА, МОДЫ И ДИЗАЙНА

ОПЫТ РАЗВИТИЯ ВЫЕЗДНОГО РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ИСЛАМА)

М.А. Аскарлов, студент

Научный руководитель И.В. Борисенко, канд. философ. наук

Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса, г. Шахты

Согласно ст. 1 ФЗ № 132 – Туризм – это временные выезды (путешествия) граждан России, иностранцев и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, физкультурно-спортивных, религиозных и иных целях, без занятия коммерческой деятельностью в стране или месте временного пребывания [1].

Из данного определения можно сделать вывод, что одной из целей туризма является религиозная.

Согласно ГОСТ 50690-2000 религиозные туры это туры с паломническими целями, участие в религиозных мероприятиях, маршруты с посещением святых мест [2].

Таким образом, туристом, путешествующим с религиозными целями, является человек, выезжающий за пределы обычной среды на срок не более года для посещения святых мест и центров религий. Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды.

Религиозный туризм имеет три формы: паломничество, экскурсионные туры по религиозной тематике и специализированные туры.

Паломнический туризм представляет собой совокупность поездок представителей различных религий с паломническими целями. Совершать паломничества людей побуждает много различных мотивов. Это желание исцелиться от физических или душевных недугов, стремлением выразить благодарность высшим силам, проявить преданность вере, обрести смысл жизни, помолиться за родных и близких, обрести благодать, и т.д.. Несмотря на эти мотивы есть, и другие причины обязывающей совершать паломничества в святые места в зависимости от религии. Например, ислам предписывает обязательное паломничество, так как указывается в священной книге мусульман Коране и в нем содержится целый стих посвященный обряду паломничество.

Таким образом, религиозный туризм является одним из самых древних видов туризма.

Чтобы понять значения обряда паломничество для мусульманина необходимо иметь представление об исламе.

Ислам (это слово можно перевести как «покорность и мир») зародился в VII в. н. э. в Западной Аравии среди арабов. Подавляющее большинство арабского населения Аравии придерживалось традиционных языческих верований. Но заметно было влияние монотеистических религий – иудаизма и христианства, так как Ислам признает прежних учений себя утверждая продолжателем и хранителем всех верных учений.

Основные догматы мусульманской веры следующие: 1) Вера в Аллаха. Существуют три основных понятия Бога: Его единственность, превосходство и присущность. Ислам – это самая последовательная монотеистическая религия. Бог вечен вне времени, отличен от созданной им Вселенной, Милостивый и Милосердный. 2) Вера в Книги. С каждым из посланников Всевышний передавал людям Книгу. Тору через Моисея, Евангелия через Иисуса, Коран через Мухаммеда. 3) Вера в ангелов и джиннов. 4) Вера в пророков. 5) Вера в рай и ад. 6) Вера в предопределение. 7) Вера в жизнь после смерти бессмертие души.

Столпы ислама сводятся к следующим пяти постулатам: Шахада (соблюдение строжайшего единобожия), Намаз (совершение ежедневной пятикратной молитвы), Закият (материальное пожертвование), Саум (соблюдение поста в месяц Рамадан), Хадж (совершение паломничества в Мекку).

Перечисленные пять столпов составляют фундамент, на котором построена жизнь мусульман [10].

Хадж – это особый обряд поклонения Богу. От других столпов ислама он отличается тем, что характеризуется единством времени и места его совершения. Совершается в начале двенадцатого месяца мусульманского лунного календаря, вследствие чего этот месяц и получил название «зу-ль-хиджжа» – «обладающий паломничеством».

Согласно учению ислама, хадж должен совершить хотя бы один раз в жизни каждый мусульманин, который в состоянии это сделать. После этого он получает почетный титул хаджи и право носить зеленую чалму.

Российские земли и народы её населяющие очень рано познакомились с Исламом. Достаточно сказать, что уже в VII веке дагестанский г. Дербент становится частью Исламского мира, где уже было возведено 7 мечетей.

Вопрос о мусульманском паломничестве представлял для России, в виду многочисленности её мусульманского населения, громадную важность. По статистическим данным, на рубеже XIX–XX вв. От 8 до 12 тысяч российских мусульман ежегодно совершали Хадж [6].

В истории зафиксированы случаи совершения хаджа представителями монархических династий. Например, 1494 году казанская царица Нурсултан совершает хадж по маршруту через Каир.

Первый российский законодательный акт, касающийся хаджа, появился в 1803 году, он касается разрешения выезжать в хадж оказавшимся в России бухарцам. Но еще ранее этого видимо впервые российские власти столкнулись с вопросом хаджа в Крыму. Ведь по условиям его присоединения к России крымские татары сохранили свои привилегии, в том числе беспрепятственное совершение хаджа. По данным исследовательницы Луизы Бобовниковой: «Желающим крымским татарам совершить паломничество в Мекку (т.е. хадж) выдавались паспорта»[9].

В XIX веке паломничество российских мусульман совершалось в основном по трём общепринятым маршрутам:

1. По Закавказью и северной части Персии через узловой пункт Кирманшах и пограничный с Турцией городу Ханекин, по направлению на Багдад – с посещением памятных для шиитов мест Казвина, Кербелы, Неджефа, а затем далее через пески Аравии – в Мекку и Медину. По оценкам российских дореволюционных ученых число этих паломников достигало до 12–15 тысяч человек.

2. Через Самарканд и Бухару в Афганистан через Мазари-Шариф, Кабул и Пешавар в Бомбей, а оттуда морем в Джидду или Ямбо, служащие гаванями для Мекки и Медины. Этот маршрут использовали в среднем 4-7 тысяч российских паломников ежегодно, в основном это хаджи из Средней Азии. По этому маршруту хаджи следовали без российских документов, приобретая китайские или бухарские так называемые «билеты».

3. Из портов Черного моря через Стамбул и Суэц в Джидду или Ямбо, а оттуда в Мекку и Медину. Этим маршрутом пользовались все российские татары, кавказские сунниты и близкие к внутренней России казахи, всего вместе через этот маршрут ездило 2-3 тысячи паломников [6].

Отрицательному отношению к хаджу российских властей способствовало наличие и политической подоплеки в нахождении Хиджаза в составе Османской империи.

Для всесторонней оценки религиозно-политических и медико-эпидемиологических аспектов хаджа впервые в истории российского хаджа в Мекку был направлен мусульманин – офицер русской армии Абдуль Азиз Давлетшин. Его отчёт, опубликованный 1899 г. под грифом «секретно», сыграл важную роль в объективной оценке роли и значения хаджа из России для мусульман, самой империи и её международного авторитета. Отчёт Давлетшина,

озаглавленный за рубежом как «Секретная миссия русского офицера» открыл совершенно новую страницу в организации хаджа из России. К концу 1889 г. были подготовлены обширные зарубежные и отечественные исследования и материалы для принятия в империи к 1902 году «Временных Правил о паломничестве мусульман». Важным в Правилах было то, что к началу 20 века хадж из России фактически стал фактором доверия между властью и общиной мусульман, был признан неотъемлемым столпом Ислама и важным элементом международных религиозных связей.

В XX веке появляются новые маршруты хаджа, так из Москвы стало можно ехать поездом до Варшавы, Вены и Стамбула. Путь занимал 6 дней, но стоил билет 100 рублей. Пароходы ходили из Батуми, Севастополя и Одессы, причём появились и беспересадочные туры по морю напрямую в Джидду. Наибольшее число паломников ехало через Одессу, т.к. здесь находилось турецкое консульство, где выдавали визу «До Мекки через Стамбул». В Одессе строится татарская мечеть, имамом там служит Сабиржан Сафаров, который содействует хаджиям [6].

М. Э. Никольский в своей статье «Паломничество мусульман в Мекку» в 1911 году пишет, что число паломников из России за последние годы колеблется от 6 до 10 тысяч человек, не поднимаясь 16 тысяч богомольцев» [9].

Огромную положительную роль в развитии дела организации хаджа из России сыграло российское консульство в Джидде. Симптоматично, что в инструкции консулу прямо говорилось, что цель консульства состояла «преимущественно в покровительстве нашим паломникам, ежегодно в значительном числе отправляющимся на поклонение мусульманским святыням в Мекку и Медину».

Забываясь о хаджиях, консульство разработало систему депозитов, оставляемых тут паломниками. Например, в сезон хаджа 1907 года было оставлено средств на сумму почти 50 тыс. рублей. Такой метод облегчал решение вопросов сохранности средств на обратную дорогу и на случай смерти, тогда деньги переправлялись на родину. Работа консульства в Джидде продолжалась вплоть до начала Первой Мировой войны в 1914 году, когда была объявлена война с Османской империей, т.е. совершение хаджа тогда стало почти невозможным. Вновь консульство открылось уже при Советской власти. В 1924 году советское правительство установило дипломатические отношения с Хиджазом, открывается консульство в Джидде.

В 1928 году Саудовские власти запретили доступ в Мекку для «европейцев, считавших себя мусульманами», но фактически отрицавшим религию. Это решение могло быть направлено и против советских дипломатов. В ходе визита эмира Фейсала ибн Абдель-Азиза в 1932 году в СССР ставились вопросы об обеспечении прибытия из СССР хаджиев в количестве 10-15 тысяч человек. Однако, советское правительство оставило эти вопросы без внимания. Возобновился хадж из СССР в 1945. С 1945 г. по 1990 год из СССР совершили хадж около 900 советских граждан [4].

После распада СССР Россия стала восстанавливать утерянные духовные ценности. В этот период очень многие мусульмане России удостоились чести посещения священных мест и выполнение своих религиозных обязанностей. В современной России ежегодно обеспечиваются благоприятные внутренние и международные условия для организации паломничества. Для этого мобилизуется потенциал государственных административных, материально-технических, финансовых, международных и кадровых ресурсов, не государственных и общественных и религиозных организаций всех регионов России.

Например квота для Российской Федерации в 2009 г. составила 20,5 тысяч человек. Это количество паломников зафиксировано в подписанном в Мекке в апреле с. г. Российско-Саудовском Протоколе по приему российских паломников.

В рамках подготовки к сезону хаджа–2009 была сформирована хадж-миссия, включающая около 200 человек из числа представителей туристических компаний и духовных управлений мусульман, финансируемых из их бюджета.

Несмотря на мировые финансовые неурядицы, количество желающих совершить паломничество превысило официальную российскую квоту. По данным Министерства по делам хаджа КСА, на территорию королевства для совершения паломничества въехало 20499 российских паломников.

В 2009 году российские духовные управления мусульман аккредитовали 8 компаний: от Совета муфтиев России и Духовного управления мусульман европейской части России (квота 3750 чел) [4].

Из существующих проблем стоит выделить недоработки ряда компаний в части, касающейся обслуживания наземных паломников, по расселению паломников всех категорий в гостиницах Мекки.

К сожалению, некоторые духовные управления мусульман и хадж-компании к работе в составе хадж-миссии привлекают зачастую неподготовленных лиц, часть из которых не владеют ни арабским, ни английским языками и плохо ориентируются в программе пребывания и маршрутах совершения паломничества. Как результат – при возникновении реальной проблемы помочь паломникам они не всегда в состоянии.

Решением данной проблемы могло бы стать:

- повышение квалификации менеджеров туристских фирм, организующих и продающих данный вид туристского продукта;
- издание методических пособий и учебников для подготовки высококвалифицированных специалистов по религиозному (паломническому) туризму;
- развитие транспорта и коммуникаций;
- внедрение экономических и статистических механизмов, которые позволят вести корректное наблюдение и объективный контроль за состоянием и развитием.
- Необходимо признать, что образование и подготовка кадров являются фундаментом развития;
- расширение круга аккредитованных туроператоров, и как следствие, увеличение конкуренции, и борьба за качества.

1. Федеральный закон от 05.02.2007 № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» – URL: <http://www.rg.ru/2007/02/09/turism-dok.html>, доступ свободный (дата обращения 30.04.2010).

2. ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования – URL: <http://www.compastour.ru/docgost.htm>, доступ свободный (дата обращения 05.05.2010).

3. Муса Алиев «Год жизни мусульманина» 142 с. Санкт Петербург 2006г. – 201с.

4. Независимый Исламский Портал [Электронный ресурс] – www.islam.ru.

5. Иман Валерия Порохова [Текст] «Коран. Перевод смыслов и комментарии»:Рипол Классик; 2002г. 555 – 556с. Из 1107с.

6. Сибгатуллина Альфина. Все пути ведут в Хиджаз [текст] :/ А. Сибгатуллина // Ассалам духовно-просветительская газета.– 2009–дек.–16.С.

7. Игнатенко А.А. Интернет-ресурс Научно- исследовательского института социальных систем МГУ имени М.В. /А. Игнатенко.–URL : http://niiss.ru/ign_111103.shtml.

8. Смылова Е. [Электронный ресурс] Интернет-ресурс Официальный сайт Православной Российской Церкви / Е. Смылова / URL: <http://www.sinodipc.ru/page/97/?PHPSESSID=93fde5004845ffc37497bfe7e196e3aa>.

9. Якупов В. Интернет-ресурс Портал Союза мусульманских журналистов России./ В. Якупов /– URL: <http://info-islam.ru/analyst/?ID=1512&>.

10. 10.Интернет-ресурс Материал из Википедии – свободной энциклопедии. //– URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Islam>.

ДОХОДНЫЕ ДОМА ВЛАДИВОСТОКА

А.Р. Бакаева, студент

Научные руководители: О.Г. Обертас, канд. техн. наук, профессор кафедры дизайна,

А.В. Копьёва, канд. архитектуры, профессор кафедры дизайна

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель исследования – выявить ценность архитектурно-художественного образа и планировочной структуры бывших доходных домов Владивостока, как основной составляющей исторической застройки города.

Доходный дом – это архитектурный тип сооружения, первоначально сложившийся в европейских странах, строительство которых подчинялось жестким требованиям коммерческой выгоды. С середины XIX-начала XX вв. это самый распространённый тип здания, приносящий доходы своему владельцу.

Доходные дома в России начали строиться в XVIII веке при императрице Елизавете Петровне, когда в Европе почти век существовал такой тип жилья. Это жилые дома для съёма, которые начали возводить предприимчивые и состоятельные люди, сдававшие их в аренду тем, кто нуждался в жилье. Строительство доходных домов приносило выгоду. Многоэтажные жилые дома занимали весь периметр участка домовладельца, оставляя не застроенным небольшой внутренний двор-колодец. Доходный дом являлся функциональным типом здания, который имел свою систему организации. Первый этаж предназначался для магазинов, ателье, ресторанов. Вторые и третьи этажи занимали богатые съёмщики, снимавшие квартиры на 8–9 месяцев, а летом выезжавшие на свои дачи. На четвёртом и пятом этажах были квартиры средней цены, для чиновников. И на последнем, чердачном этаже сдавались комнаты для бедных студентов и мещан.

Именно такие дома появляются во Владивостоке в конце XIX-начале XX века. Когда окончательно стало ясно, что не будет другого порта, иной пристани на юге Дальнего Востока кроме Владивостока, в городе начинается интенсивное строительство каменных зданий. Сначала более предпочтительные места в городе занимают иностранцы, в основном немцы и шведы. Город быстро заселяется деятельными и удачливыми людьми, а его улицы обогащаются привлекательными и респектабельными зданиями. Выявлено 46 доходных домов, расположенных по улицам Адм. Фокина, Светланской, Алеутской, Пушкинской, Фонтанной, Океанскому проспекту, Почтовому переулку (Рис. 1).

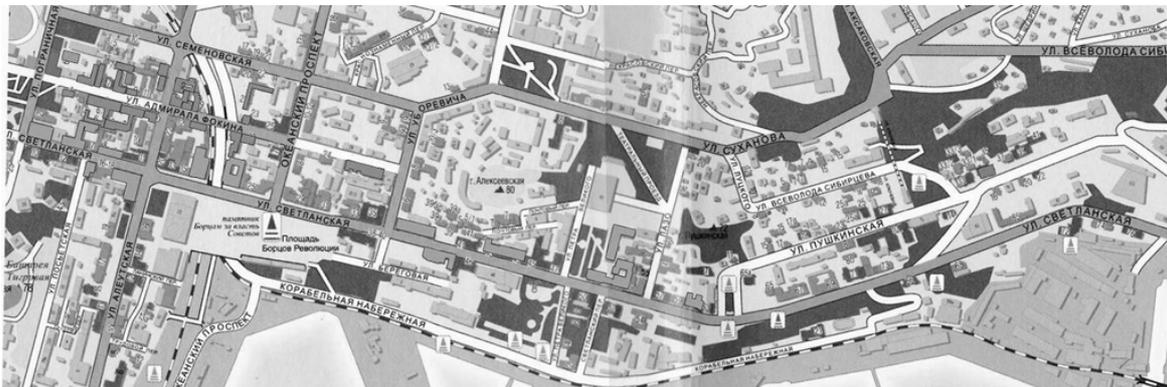


Рис. 1 Сохранившиеся доходные дома во Владивостоке

Жилые этажи принимали обычно повторяемую планировку, сгруппированную вокруг лестничных клеток, коридоров, где площадь комнат достигала от 15-30 кв.м., а их число от 2-6, не считая кухни и комнаты для прислуги. Кухня, как правило, располагалась в глубине квартиры, к ней примыкала комната для домработницы, и они имели выход на чёрную лест-

ницу. На рис. 2 приведено типичное планировочное решение квартиры в доходном доме финского провизора А.К. Вальдена.

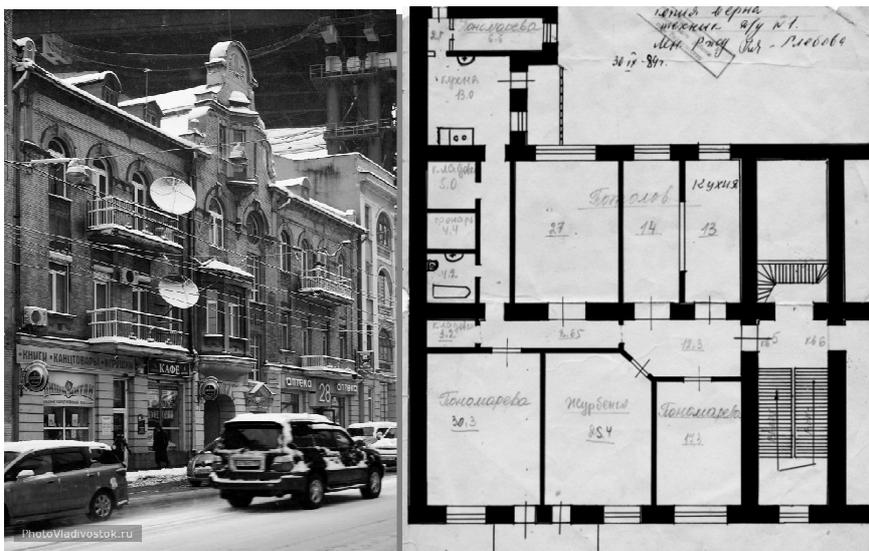


Рис. 2. Планировочное решение квартиры доходного дома А.К. Вальдена (Светланская, 61)

Обращенные фасадами к городской среде, здания доходных домов располагались сомкнутым фронтом по красным линиям улиц, образуя как бы сплошной фасад. Внутри здания часто формировалось внутреннее пространство, своеобразный двор–колодец, образцы которого мы встречаем в архитектуре Санкт–Петербурга. Образующийся световой фронт использовался для освещения подсобных помещений квартиры (Рис. 3).



Рис. 3. Дом Х.А. Циммермана на углу улиц Светланской и Пограничной

Именно эти дома подверглись после революционных событий в России уплотнению и перешли в разряд домов с коммунальными квартирами, что нанесло невосполнимый ущерб их планировочному решению. Уплотнение жилого фонда спровоцировало интенсивное разрушение первичной структуры здания и на долгие годы разрушило представление о ней, как о рационально организованном жилом пространстве. А ведь в них просматривается современный взгляд на планировочное решение квартиры: зонирование помещений; наличие просторной прихожей; изолированность комнат; угадываемое наличие гостиной, столовой. Перевод этих домов в непредусмотренный для них режим эксплуатации разрушил представление о них, как о качественной планировочной организации жилища.

Частное предпринимательство влияло на вкусы архитекторов, заказчиков и потребителей, расширяя географию используемых архитектурных форм. Облик многих доходных домов сохранился до наших дней. Фасады этих зданий, фронтоны, акцентирующие их силуэт, богатство и декоративность архитектурных деталей создают запоминающийся образ города,

имеющего привлекательную историю его застройки. Каждый дом имеет индивидуальное архитектурно – художественное решение, что составляет ценную архитектурную ткань города. На архитектуре таких домов можно проследить творчество различных архитекторов, работающих во Владивостоке на рубеже XIX – XX вв. и связать их с судьбами первых предпринимателей, успешно осуществляющих свою деятельность на далёкой окраине Российской империи. Пластика архитектурной детали доходных домов дополняет изысканность архитектуры общественных зданий города, складываясь в неповторимый коллаж городской среды (Рис. 4). Всё это будет содействовать привлекательности туристических маршрутов по улицам города.



Рис. 4. Архитектурная деталь доходных домов Владивостока

Таким образом, следует отметить, что доходные дома и в настоящее время являют собой прекрасный образец планировочной организации квартир с комфортными условиями проживания. Неслучайно, что именно они в настоящее время подвергаются расселению обеспеченными людьми для воссоздания их первоначальной целостности, за которой стоит высокая на современном уровне комфортность проживания. Кроме того, они представляют собой ценные архитектурные объекты – образцы модного в начале века стиля модерн, перекликающихся по пластике с архитектурой доходных домов Санкт–Петербурга. Это требует обеспечения сохранности их фасадов, достойно представляющих архитектурные элементы этого стиля. История создания доходных домов Владивостока, связанная с историей их домовладельцев, выходцев из различных стран, привлечённых освоением далёкой окраины России, может прекрасно обогатить историю города как мирового туристического центра.

-
1. Кириков Б. М. Архитектура петербургского модерна. Особняки и доходные дома / Борис Кириков.— [Изд. 3–е, испр. и доп.]. – Санкт–Петербург : Издательский дом «Коло», 2008. – 576 с. : ил.
 2. Хисамутдинов А.А. Из Владивостокской старины. – Владивосток: . Изд-во ВГУЭС, 2001. – 220с.

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА И ФАКТОРОВ ЕЁ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ

М.А. Бакулина, студент

Научный руководитель **О.В. Моисеенко**, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы является анализ системы отбора персонала в Ведомственную службу пожарной охраны и режима ОАО «Восточный порт».

Процесс отбора персонала занимает ведущее место в системе управления предприятием. Персонал, работающий в организации, чтобы приносить максимальную пользу, должен соответствовать определенным требованиям. Система управления персоналом обеспечивает

непрерывное совершенствование процесса работы с персоналом, в котором немаловажную роль играет обеспечение организации персоналом, т.е. отбор персонала. Процесс отбора персонала занимает ведущее место в системе управления предприятием. Персонал, работающий в организации, чтобы приносить максимальную пользу, должен соответствовать определенным требованиям. Но как найти подходящих кандидатов, как выбрать лучшего – эти вопросы являются важной проблемой, которую необходимо эффективно и в достаточно сжатые сроки решать. Эффективно налаженная система методов отбора персонала будет способствовать решению этой проблемы.

Актуальность проблемы обостряется в большей мере в связи с развитием рыночной системы в России, в которой большую значимость приобретает рынок трудовых ресурсов. Поэтому политика предприятия по отбору и набору персонала является приоритетной для фирмы, поскольку она играет важную роль для достижения миссии и целей организации.

Особую актуальность проблема отбора персонала имеет в сфере обеспечения пожарной безопасности населения. Здесь, помимо обеспечения фактора соответствия численности персонала оптимальному количеству сотрудников, особенно важное значение имеют требования, предъявляемые к кандидатам при приеме на работу. К ним относятся в первую очередь, специальное образование, знание законодательной базы в области обеспечения пожарной охраны, ответственность и дисциплинированность персонала. Халатность сотрудников, проявляемая при осуществлении данной деятельности, может повлечь серьезные негативные последствия, о чем свидетельствуют достаточно частые сообщения в средствах массовой информации о пожарах на предприятиях.

Современные тенденции развития процедуры отбора персонала при приеме на работу базируются на комплексном подходе. Комплексный подход к поиску и отбору персонала состоит, по меньшей мере, из семи основных задач:

1. Определение потребности в персонале с учетом основных целей организации.
2. Получение точной информации о том, какие требования к работнику предъявляет вакантная должность.
3. Установление квалификационных требований, необходимых для успешного выполнения работы.
4. Определение личностных и деловых качеств, необходимых для эффективного выполнения работы.
5. Поиск возможных источников пополнения персонала и выбор адекватных методов привлечения подходящих кандидатов.
6. Определение методов отбора персонала, позволяющих лучше всего оценить пригодность кандидатов к работе в данной должности.
7. Обеспечение наилучших условий для адаптации новых работников к работе в организации.

Более тщательный подход к отбору персонала позволяет выявлять людей, лучших по каким-то особенно важным для рабочего персонала критериям. С другой стороны, несколько дополнительных собеседований, других испытаний или более долгий испытательный срок помогут исключить из резерва людей, не подходящих для данной работы.

Система отбора персонала в ВСПОиР является традиционной, причем не в лучшем смысле этого слова. На предприятии отсутствует, как таковой маркетинговый подход к подбору персонала. Данный факт, может быть, объясним низким коэффициентом текучести персонала и отсутствием острой необходимости в подборе кадров. Подбор персонала непосредственно осуществляет инспектор по подбору кадров ведомственной службы пожарной охраны и режима. Технология в рассматриваемом случае ограничивается: первым личным знакомством с кандидатом; получением и изучением представленных документов; проверкой полученных документов, собеседованием и подготовкой документов к оформлению на работу. Исходя из результатов опроса, проводимого в данной организации, следует, что система подбора и отбора кадров носит формальные характеристики, что мешает подбору более под-

ходящего персонала на рабочие места. Всего 20 % персонала работающего в Ведомственной службе пожарной охраны пришли в организацию самостоятельно, а 80% устроились на работу по знакомству, это доказывает, что системы отбора и подбора как таковой нет. Существуют только формальные признаки для принятия на работу. С целью объективного анализа причин, сложившейся системы найма персонала в процессе проводимых исследований выявлены и сформулированы общие факторы определяющие подходы к найму персонала, представленные на рис. 1.



Рис. 1. Общие факторы определяющие подходы к найму персонала

В соответствии с разработанными факторами проведен анализ причин сложившейся системы, а вернее ее отсутствия, найма работников.

Таблица 1

Зарботная плата сотрудников

Персонал	Кол-во человек	Средняя зарботная плата сотрудников
Рабочие	59	18920
Менеджеры	20	24149
Специалисты	12	24147

Средняя зарботная плата сотрудников Ведомственной службы пожарной охраны и режима в сумме с премиями, материальными вознаграждениями и хорошими условиями работы и удобным графиком работы выше среднего. Для места расположения организации и для поселка в целом это хорошая зарплата. Численность сотрудников ВСПОиР составляет 100 человек и как видно из рисунка 2, стаж работы многих сотрудников службы составляет более 5 лет.



Рис. 2. Анализ текучести кадров

Центральное место в системе экономического стимулирования занимают фонды экономического стимулирования. На предприятиях морского транспорта создаются три фонда экономического стимулирования: фонд материального поощрения, фонд социально – культурных мероприятий и жилищного строительства (эти два фонда называют поощрительными фондами), фонд развития производства, науки и техники. Среди фондов экономического стимулирования ведущая роль принадлежит фонду материального поощрения (ФМП), который является основным источником мобилизации коллективной материальной заинтересованности.

Общество уделяет много внимания для сохранения и развития персонала предприятия. В предприятии выплачиваются следующие вознаграждения работникам:

1. Выплата вознаграждения по итогам работы за год работникам ОАО «Восточный порт» предусматривает выплату денежных средств работникам в зависимости от продолжительности стажа работы в обществе.
2. Поощрение работников за непрерывную длительную и высокоэффективную работу в порту по случаю юбилейных дат.
3. Выплата единовременного вознаграждения за выслугу лет работникам.

Таким образом, социально-экономический анализ персонала Ведомственной службы пожарной охраны и режима в порту показал, что администрацией службы уделяется много внимания для сохранения и развития персонала предприятия.

Материальное и нематериальное стимулирование работников ВСПОиР направлено на усиление материальной заинтересованности работников в своевременном и качественном выполнении плана в достижении запланированного финансового результата и носит стимулирующий характер. Наиболее распространенными видами поощрений являются:

1. Премирование работников. В состав заработной платы, на которую начисляется премия, кроме тарифных ставок и окладов включаются доплаты и надбавки к ним.
2. Материальная помощь сотрудникам в связи с возникающими материальными затруднениями. Положение распространяется на работников Общества; работников, уволенных из Общества в связи с выходом на пенсию; ветеранов и инвалидов ВОВ; работников Профкома. На оказание ритуальных услуг выплачивается пособие. В случае проезда на лечение в специализированную больницу по направлению врача работника Общества и совместно проживающим несовершеннолетним и находящимся на иждивении члена семьи возмещать стоимость проезда по предъявлению билетов. Предоставление ссуды для оплаты обучения работников и их детей в высших и специальных учебных заведениях. Для обучения ОАО «Восточный порт» предоставляет беспроцентную ссуду. Выдача и плата путевок на санаторно-курортное лечение и отдых в ОАО «Восточный Порт».
3. Почетное звание «Ветеран морского порта «Восточный порт». Почетного звания могут быть удостоены работники порта, непрерывно проработавшие в порту: мужчины 25 лет; женщины 20 лет. Работники порта, удостоенные звания «Ветеран морского порта «Восточный порт», имеют преимущественное право на: улучшение жилищных условий; разовое материальное поощрение при выходе на пенсию в размерах, определенных коллективным договором; получение льготных путевок в санатории, дома отдыха и другие.

Таким образом, из описания материального и нематериального стимулирования работников Ведомственной службы пожарной охраны и режима, следует, что работники удовлетворены условиями труда, это проявляется в непрерывном стаже работников, из этого следует низкая текучесть кадров.

Анализ факторов показал, что отсутствие системного подхода к найму персонала на предприятии определили достаточно высокий уровень материального и нематериального стимулирования в сочетании с дефицитом достойных рабочих мест в регионе. Факторы, определившие бессистемный и неэффективный подход к найму персонала представлены на рисунке 3.

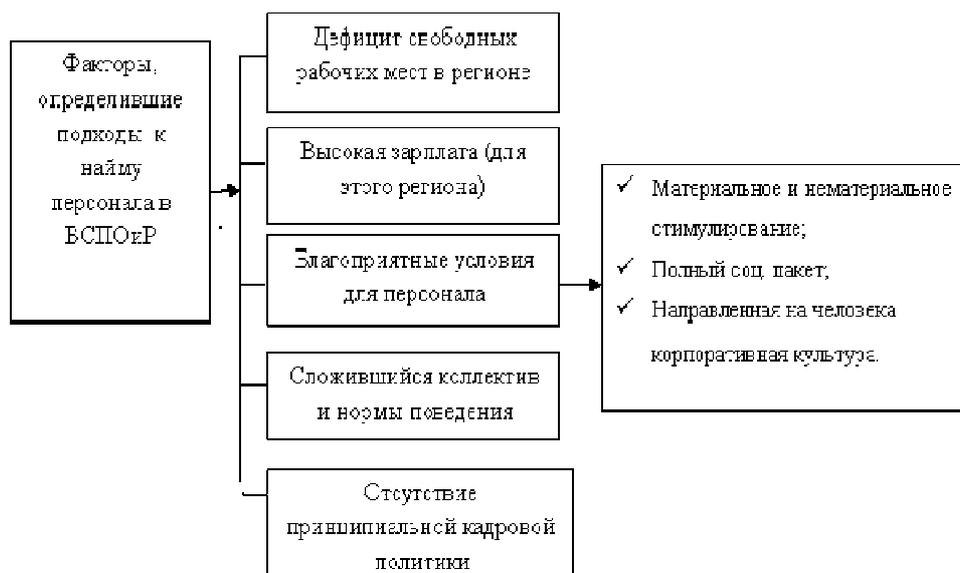


Рис. 3. Факторный анализ системы найма персонала

Система подбора персонала в Ведомственную службу пожарной охраны и режима ОАО «Восточный порт» не соответствует современным концепциям менеджмента, не обеспечивает выбор наиболее соответствующих должности кандидатов, как по профессиональным, так и по социальным компетенциям. Достаточно удовлетворительное качество работы персонала достигнуто за счет большого опыта накопленного сотрудниками в течение продолжительного срока. Следует отметить, что результатом такого отбора является низкий квалификационный уровень сотрудников: высшее образование имеют лишь 10% сотрудников, среди руководящего состава специальное образование имеют только 20% сотрудников и большинство сотрудников не умеют пользоваться современными техническими средствами.

В случае необходимости найма новых сотрудников: в связи с расширением предприятия, сменой состава работающих вследствие большого процента сотрудников преклонного возраста и т.д. данная «система» не обеспечит найма квалифицированных сотрудников и адекватных организационной культуре сотрудников.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕХОВОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Д.О. Барташева, К.О. Шевчук, студенты

Научный руководитель **Л.А. Терская**, канд. техн. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Чтобы мех всегда находился в центре внимания, нужно постоянно осваивать современные технологии, предлагать новые идеи и воплощать их в жизнь. С развитием технологий в меховом производстве растет и производительность труда и, следовательно, стоимостные затраты уменьшаются. В наше время потребительский спрос и стоимость изделий неотъемлемо связаны между собой, именно поэтому изготовители внедряют инновационные технологии в производство.

Целью данного исследования явился анализ современных технологий мехового производства на этапах выделки меха, изготовления скроя и пошива мехового изделия. Исследования проводились путем анализа результатов работ, опубликованных в специализированных журналах, авторефератах диссертационных работ, Интернет-ресурсов.

На основе анализа установлено, что этап выделки меха является важнейшей составляющей мехового производства, поскольку она непосредственно влияет на свойства мехового

полуфабриката и на качество готового изделия. Следует отметить, что весь цикл работ по выделке меха включает в себя операции: подготовительные, выделки и отделочные.

Особую роль в получении эластичного, мягкого, прочного пушно-мехового полуфабриката занимают подготовительные операции – дубление и пикеливание. В этом направлении активно работает Казанский государственный технологический университет. Ученые этого института работают над синтезом аминоксодержащих поверхностно-активных веществ (ПАВ) на основе промежуточных продуктов производства. При этом вопрос мягкости, эластичности и легкости полуфабриката стал первостепенным не только при производстве меховых пальто, но и в изготовлении мягких моделей головных уборов, все в большем количестве появляющихся на отечественном рынке. Поверхностно-активные вещества (ПАВ) являются наиболее применяемыми химическими соединениями в меховой промышленности. После обработки шкурки ПАВ заметно улучшаются свойства ПМП и внешний вид, волосяной покров шкурки приобретает блеск, мягкость; кожаная ткань окрашенная в присутствии карбоксилатаминов обладает меньшей маркостью. Следует отметить, что в связи с развитием химической промышленности на российском рынке расширяется ассортимент обезжиривающих составов, кислот и ПАВ.

Немаловажную роль в технологии меха играет оборудование. В этом направлении большой вклад в меховое производство вносит Научно-производственный центр «Агромеханизация», который на протяжении 20 лет занимается разработкой и изготовлением оборудования для выделки шкур. За этот период времени разработано и освоено производство более 50 различных единиц оборудования и технологической оснастки, позволяющих выполнять весь комплекс работ по обработке шкур. В последние годы (2010-2011гг) были разработаны комплекты оборудования для выделки шкур северного оленя с облагораживанием волосяного покрова и камуса. Работа проводилась совместно с Московской государственной академией ветеринарной медицины и биотехнологий им. Скрябина К.И., так же НП «Агромеханизация» активно сотрудничает с такими ведущими научными институтами в области мехового производства, как: ОАО Научно исследовательский институт меховой промышленности (НИИМП), Московский государственный университет дизайна и технологий (МГУДТ), Центральный научно-исследовательский институт кожевенно-обувной промышленности (ЦНИИКП).

Отделочные операции являются одним из прогрессивно развивающихся направлений мехового производства. Так, сегодня в меховой индустрии появились имитации окраса редких животных, фигурная стрижка, фантазийное крашение, трафаретное крашение, тонировка, обесцвечивание и многое другое.

Часто встречающимися видами обработки меха являются щипка и лазерная стрижка в связи с тем, что такая обработка делает вещи более легкими и пластичными. Более широкое распространение сегодня получила однородная стрижка (Shearing), когда остевой волос состригается однородно до высоты подпуши. Фигурная стрижка в сочетании с крашением и обесцвечиванием позволяет получать интересные цветовые эффекты, а также возможность имитации вельвета.

Отдельное внимание исследователей отводится технологиям крашения. Инновациями в крашении является применение кислотных красителей, которые вытеснили применяемое в прошлом урзольное крашение. Кислотные красители позволяют получить новые благородные расцветки. Меха красят в радужные тона, придают пятнистость, мраморность и многооттеночность, поскольку два, три оттенка в одной шкурке – это уже недостаточно. Сайт торговой компании «D-mogoz» регулярно информирует о новейших технологиях окрашивания мехового полуфабриката.

На этапе изготовления скроя большое внимание ученых уделяется вопросам рационального использования меха и отходов ПМП. В этом направлении ведутся исследования в Омском государственном институте сервиса (ОГИС). Учеными этого института разработаны методики формирования новых меховых поверхностей, позволяющих получать двухсторон-

ние ажурные изделия из многочисленных элементов различных размеров и конфигураций, что позволяет задействовать отходы ПМП при массовом производстве меховой одежды и головных уборов. Формирование структуры матричных элементов и полотен из них предназначены для изготовления изделий не только из меха, но и из кожи.

Технологическая подготовка раскроя меховых изделий осуществляется на стадии скорняжного производства, когда пушно-меховой полуфабрикат обретает форму того или иного изделия. Конечная продукция скорняжного производства – меховой скрой, изготовленный по лекалам в соответствии с моделью и размером изделия. В настоящее время активно ведется поиск новых путей компьютерного проектирования одежды, позволяющих автоматизировать творческие этапы. К числу подобных путей относится совершенствование эскизного проектирования, широкое использование математического аппарата, разработка способов машинного представления графической информации с учетом возможностей современной компьютерной графики.

На этапе пошива мехового изделия особое внимание исследователи уделяют разработке малооперационных технологий изготовления, снижения себестоимости и улучшения внешнего вида изделия. Так, для пошива головных уборов разработана технология, которая основывается на применении волокнистой коллагенсодержащей смеси, над которой работают исследователи Московского государственного университета дизайна и технологии. Данный способ создает условия для автоматизации процесса изготовления головных уборов. Коллагенсодержащие детали головных уборов обладают хорошими гигиеническими свойствами, а именно высокой гигроскопичностью, что является фактором повышения комфортных условий при эксплуатации готовых изделий. Смесь для формования приготавливается на основе выделенных их дермы коллагенсодержащих волокон с добавлением дубителей, пластификаторов и воды. Благодаря специфическим свойствам коллагенсодержащего сырья повышается формоустойчивость и уменьшается число слоев прокладочной детали, появляется возможность изготавливать изделия новых нетрадиционных форм. Перспективным является использование новых прокладочных материалов, обеспечивающих эффективное использование основы, применяемой для формования коллагенсодержащих деталей.

В заключении следует отметить, что за прошедшие десятилетия в технологии меха произошли значительные преобразования от простейшей выделки шкурок до создания «ювелирных изделий» из роскошной меховой ткани. Одежда из шкурок, обладающих мягкой и пластичной кожаной тканью, по образному и конструктивному решению приближается к швейным изделиям и полностью повторяет их силуэты и объемы. Неограниченные возможности этого уникального природного материала и развитие инновационных технологий позволяет ему оставаться актуальным на протяжении долгого времени.

АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА С ПОЗИЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОРОДА

В.А. Заварзина, Е.А. Соловьева, студенты

Научный руководитель **И.С. Кочеткова**, канд. истор. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Владивосток был основан в политических целях, о чем говорит нам само название «влады востоком». Сегодня Владивосток является экономически значимым административным центром, форпостом на Дальнем Востоке. Основанный более 150 лет назад, он по сей день хранит богатую историю. Владивосток единственный российским город, включенный в туристический маршрут круизного лайнера «Princess», поэтому при осмотре города, у туристов складывается мнение о России в целом. Поскольку Владивосток постоянно принимает иностранных гостей, имидж города должен изменяться в лучшую сторону, сохраняя свою самобытность.

Под имиджем территориально-государственного субъекта мы понимаем «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа».

В данном случае, иностранные туристы – аудитория имиджа, поскольку именно у них создается мнение о городе. Процесс формирования имиджа – время экскурсии по городу. Имиджформирующая информация – разработанная турфирмами экскурсия. Предлагаемый маршрут, включает в себя 17 объектов, из которых 2 современных, 10 советских и 5 дореволюционных.

Пройдя по данному маршруту, мы сделали вывод, что: для того, чтобы имидж города был эффективным и вызывал у аудитории имиджа, т.е у туристов аттракцию (психологическое притяжение) необходимо:

1. Доработать данный туристический маршрут, т.к. многие памятники архитектуры, заслуживающие того, чтобы быть включенными в маршрут, в нем отсутствуют, а некоторые здания следует исключить из маршрута.

2. Обратит внимание на близлежащую территорию, в значительной мере портящую впечатление о самих памятниках, что способствует развитию неэффективного имиджа.

3. Принять к сведению, что помимо зданий, включенных в маршрут, иностранные граждане посещают и другие места, совсем не подготовленные для демонстрации, и могут видеть город, таким, каков он есть, со всеми его недостатками, однако в недостатках виновата не только администрация, но и люди, потому что имидж города, это в первую очередь люди живущие в нем.

Панасюк А.Ю. Имидж: принципы классификации и основные виды / А.Ю. Панасюк // Имиджелогия – 2006: актуальные проблемы социального имиджмейкинга: Материалы Четвертого Международного симпозиума по имиджелогии / под ред. Е.А.Петровой. М.: РИЦ АИМ, 2006.-200 с.

СРАВНЕНИЕ ИМИДЖА ЖИТЕЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ВЛАДИВОСТОКА

А.В. Волгина, студент

Научный руководитель **Т.В. Метляева**, научный руководитель, кандидат культурологии,
доцент кафедры сервиса и моды

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Целью работы является анализ существующего имиджа городов Санкт-Петербург и Владивосток.

В последние годы понятие «имидж» стало важной составляющей характеристики различных социальных явлений. Согласно наиболее распространённой формулировке, ИМИДЖ – это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально-окрашенный образ кого-либо или чего-либо. Это, прежде всего, впечатление, а не оценка, как рациональный факт деятельности человека. У любого субъекта или объекта есть имидж, вне зависимости от того, работают над ним или нет. Но для наилучшего результата всё же необходима корректировка специалистов, умеющих, подобно визажистам, скрывать недостатки и выявлять достоинства. Исследователи отмечают, что в создании яркого, запоминающегося образа важнейшую роль играет первичное восприятие. И формирование благоприятного имиджа – изначально процесс более выгодный и менее трудоёмкий, чем исправление неблагоприятного впечатления. На это стоит обращать внимание в первую очередь общественным деятелям.

Понятие имиджа применительно не только к людям, но и к местности. Имидж города формируется на базе распространяемой о нем информации, соответствующих индексов и рей-

тингов, реально существующих аргументов функционирования и развития городов. В системе имиджмейкинга город рассматривается как своеобразный, уникальный товар, который обладает своими свойствами, и который требует определённого позиционирования и продвижения. На имидж оказывают влияние несколько основополагающих факторов, среди которых:

- историко-географическое положение.
- этнокультурное наследие
- экономическая ситуация
- политическая организация
- личностный фактор региональных лидеров и особенности социально-статусных групп, на которые они опираются.

Объектами формирования любого имиджа города могут быть такие базисные социально-психологические понятия, как: интересы жителей города, их потребности, материальные и духовные ценности; и дополнительные: разного уровня отношения между субъектами города, степень их действенности.

Образ субъекта делится на: **внутренний**, создаваемый, к примеру, жителями города и **внешний**, воспринимаемый его гостями. Безусловно, наиглавнейшую роль в продвижении успешной туристической политики играют СМИ. В результате социальных опросов было выявлено: чем больше человек информирован о регионе, тем меньше в его сознании необоснованного негатива по отношению к этому месту. Потому городские власти должны всячески позиционировать свою малую Родину в различных рекламных акциях и кампаниях.

Наиболее ярким примером такой заботы является северная столица страны – Санкт-Петербург. Трудно найти другой российский город с наиболее сложившимся имиджем, успешно существующим на протяжении нескольких столетий. С момента закладки Петропавловской крепости в 1703 году Петербург был и остается уникальным городом, имидж которого был предопределен еще до его рождения. Отсюда органичность всех архитектурных доминант и продуманность, гуманизм жизненного пространства.

Люди, стоящие у истоков Петербурга, сформировали его облик, а город, в свою очередь, наложил отпечаток на своих жителей. Сказанное не теряет актуальности и по сей день, поэтому петербуржцы очень патриотичны и всячески радеют за то, чтобы имя города неизменно ассоциировалось с образом культурной столицы. Власти не жалеют для этого сил и денег. Показательна рекламная кампания, проводившаяся в европейских городах несколько лет назад. Под лозунгом «No bears, just beauties» были созданы баннеры с изображением медведя на фоне Исаакиевского, Казанского соборов и Екатерининского дворца. Триста специальных рекламных макетов с «петербургскими медведями» разместили в качестве наружной рекламы в Париже, Лондоне, Амстердаме, Франкфурте и Праге – на улицах, в метро, в аэропортах. По словам криэйторов, у иностранцев Россия устойчиво ассоциируется с балалайками, шапками-ушанками и медведями. Главной идеей было проиллюстрировать абсурдность этого стереотипа и показать, что Санкт-Петербург – красивейший европейский город с огромным количеством уникальных памятников архитектуры и искусства. Подготовив мировую площадку для демонстрации рекламы, власти обеспечили Петербургу увеличение количества туристов и пальму первенства среди русских городов, рекламирующихся за пределами страны.

Надо отметить, что у Северной столицы проблем с эмоционально-окрашенным образом в массовом сознании нет. Поэтому она смело может похвалиться перед иностранцами не только историческим центром, внесенным в список наследия ЮНЕСКО, но и самобытностью стиля своих жителей.

По Невскому проспекту шествует люди, чья одежда, за небольшим исключением, – в тон береговому граниту. Среди них редко встречаются любители фиолетовых пальто и красных шапок, от серой гаммы позволяют себе отклоняться только молодые люди или приезжие. Коренное же население всячески стремится соответствовать культурно-сдержанному имиджу, тяготея к североевропейским тенденциям моды. Так, подобно педантичным немцам, они надевают буро-зелёные плащи, чёрные классического покроя куртки и всячески игнорируют

головные уборы, альтернативой которым служат огромные вязаные шарфы, наматывающиеся поверх одежды, зачастую закрывая пол-лица. В этом прослеживается влияние того самого географического фактора, определяющего стиль.

Впервые среди психологов понятие «стиль» использовал Адлер, понимающий его как результат взаимодействия индивидуальных особенностей человека и социальной среды, обуславливающего стратегию и тактику поведения, направленную на компенсацию чувства неполноценности.

Так, люди в Петербурге в большинстве своём ориентируются на удобство одежды, в которой хотят чувствовать себя комфортно под натиском ветра и постоянно меняющейся погоды. Девушки не злоупотребляют макияжем и элегантной обувью на высоком каблуке, предпочитая спортивного вида ботинки и сумки, перекинутые через плечо – «а-ля почтальон». При этом вовсе не обязательно, чтобы сумка была на длинном ремешке: стремление к творческой небрежности и удобству доводит до того, что порой она висит под грудью, и до неё не приходится дотягиваться. Стильно выглядят парни. Они одеты в умело подобранную брендовую одежду. Прослеживается любовь к чёрным полупальто и тем же объемным шарфам, которыми они не стесняются покрывать голову в холода.

В этом есть особый колорит и шарм. Нужно отметить, что модные тренды прекрасно гармонируют с этнотипом северян: голубыми глазами, светлыми волосами, неброской внешностью.

Множество магазинов, предлагающих известные торговые марки на любой вкус, дают возможность петербуржцам формировать свой стиль и варьировать образ по настроению. Хотя само настроение преимущественно сдержанное.

Конечно, летом картина несколько меняется, ярких красок становится больше, и толпа уже не выглядит хмурой. Большое количество туристов, катания по каналам, отраженные в воде огни иллюминации заставляют город вдохнуть полной грудью и ненадолго забыть о дождливых сезонах. На лето приходится больше половины всех солнечных дней в году, которых вообще не так уж и много.

Классической особенностью имиджа культурной столицы является книга. Неудивительно, что читающих петербуржцев можно встретить повсюду: и на лавках в сквере, и в специальных литературных кафе. В общественном транспорте молодежь предпочитает «общению» с мобильным телефоном общение с книгой.

Известно, что красота оказывает сильное влияние на психологию человека, формирует его духовные ценности. Невозможно, живя в Петербурге, оставаться равнодушным к искусству. Высокая культура северной столицы – неотъемлемая составляющая имиджа: в городе часто можно встретить творческих людей с этюдниками или музыкальными инструментами. Стоит ли говорить о том, что петербуржцы любят ходить в театр, на выставки и концерты? Благо недостатка в разнообразии культурной программы у них нет.

В отличие от северной столицы, имидж Владивостока сформировался не в одночасье и претерпел за несколько десятилетий существенные изменения. В советские времена он позиционировался как «край России», форпост страны на Тихом океане. Эта линия нашла воплощение в архитектуре города «моряков, строителей, пограничников», в том числе – монументальной. О тех днях напоминают памятник Борцам за власть Советов на центральной площади, здания цирка и кинотеатра «Океан». Владивосток изначально не имел четкой градостроительной концепции, поэтому то и дело «впадал в крайности». Особенно ясно стало это в постперестроечный период. Приморская столица потеряла ориентиры, и это не могло не отразиться на ее имидже – облик города размывался на глазах.

Единственно неизменным оставался образ города-порта, расположившегося на сопках вдоль побережья. Известно, что именно на богатства Японского моря стали делать акцент туристические компании, приглашая гостей полакомиться деликатесами и насладиться водными прогулками. В отличие от Петербурга, Владивосток щедро одарён богатствами флоры и фауны. Природа Приморского края многолика и вызывает огромный интерес у иностранцев, для которых в диковинку соседство северного лишайника и лотоса, пятнистого оленя и

амурского тигра. Казалось бы, у столь выгодно расположенного города есть все шансы стать уникальным туристическим центром, гордостью страны и прославиться на весь мир причудливым сочетанием культуры Европы и Азии. Но, к сожалению, программы по пропаганде такого имиджа у нас нет, нет надлежаще развитой инфраструктуры, нет и гордости за свою малую Родину. Такое отношение у жителей складывалось годами, нам никогда не ставили в пример достижения местных ученых, архитекторов, художников и музыкантов, редко обращалось внимание и на неповторимые природные богатства, которые нас окружают.

Владивосток нельзя назвать оседлым городом, основная масса населения приехала из других регионов России, что мешало развитию единого имиджа жителей. Поэтому, не в пример Петербургу, здесь никогда не дорожили памятными местами и достопримечательностями: сначала они служили приметам дореволюционной жизни, а этот период изо всех сил затенялся официальной идеологией, потом стали жертвами безразличия, а сегодня встали на пути развернувшегося грандиозного строительства.

Под натиском равнодушия стали рушиться бетонные стены уникального фортификационного сооружения – Владивостокской крепости, пали брёвнами краснокнижные кедры, уничтожена тополиная аллея, покрылось мусором побережье. С таким отношением к культуре и истории нашему городу никогда не обрести благородной патины старины, которая могла бы выгодно оттенить имидж столицы Приморья и привлечь гостей из разных стран.

В преддверии саммита АТЭС-2012 Владивосток переживает второе рождение и позиционируется уже как ворота России в Азиатско-Тихоокеанский регион. В нем явно проступают восточные черты; множество зданий как будто перенесли на приморскую землю из Шанхая или Пусана. Изменился сам образ жизни приморцев. И это не может не сказаться на их внешнем облике.

Стиль Владивостокцев очень разнообразен: на улицах можно встретить и вычурно одетых молодых людей, и сдержанных дипломатов, и типичных обитателей спальных районов, и гламурных жителей пентхаусов, приверженцев рынка на Спортивной и ценителей дорогих бутиков. Люди не ограничивают себя в цветовой гамме, свободно сочетая броские цвета, вроде любимых азиатских тандемов зелёного и красного. Ограниченность возможности приобретения подлинно брендовых вещей заставляет приморцев с особым пиететом относиться к моде и трендам, в то время как в центральной части России качественная стильная одежда – явление само собой разумеющееся. В стремлении приблизиться к европейским модникам наши люди увлекаются глянцевыми журналами, пытаясь не столько создавать свой, сколько копировать чужой стиль. Но отсутствие самобытности редко превращает эти старания в креативные образы, чаще всего – в комически-утрированные комбинации. Несмотря на всю разношерстность толпы, одно можно сказать точно: у нас не любят оставаться в тени, сливаться с туманом или выглядеть невзрачно. За время пребывания в северной столице мною было встречено мало людей в пуховиках ярче тёмно-синего цвета, и пожилых женщин с волосами цвета фуксии или раскаленной меди, столь популярных в наших краях, тоже не обнаружилось.

В результате опроса проведенного в марте 2011 года, были выявлены основные факторы, влияющие на предпочтения при выборе одежды. Выяснилось, что главный приоритет Петербуржцев – удобство, а Владивостокцев – мода.

Недостаток мест проведения культурного досуга заставляет молодёжь тусоваться в барах и ночных клубах. А старшее поколение по пятому разу просматривает репертуар театра имени Горького.

Наш город отличается большой любовью к благам технического прогресса. Так, например, редкий человек, стоя в автомобильной пробке, не увлекается телефонными разговорами или развлекательными функциями коммуникаторов. В приверженности к различного рода гаджетам чувствуется влияние соседей-японцев, в то время как в западной России это явление не столь распространено. Свидетельством тому служит красноречивый факт: в качестве

призов в различных конкурсах у нас в основном предлагают бытовую технику, а в Петербурге – книги и билеты в театр.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, хотелось бы отметить, что имидж города неразрывно связан с имиджем горожан. Практически любой город обладает своим неповторимым шармом, но не каждый считает необходимым уделять внимание бережной заботе о традициях и элементарной рекламе достопримечательностей, которые, безусловно, необходимо поддерживать в надлежащем состоянии. Некоторые населенные пункты, подобно Владивостоку, не делают акцента на собственной неповторимости, стремясь лишь соответствовать различным мировым стандартам и подражать наиболее успешным примерам. Хотя в этом есть и свои плюсы – наш город открыт для влияния других культур, которые могут делиться с нами своими достижениями и положительным опытом. Географическое положение Владивостока способствует слиянию лучших наработок таких разноплановых культур, как азиатская и европейская.

Задача имиджмейкеров в таких условиях – подчеркнуть самобытность города, выводя на первый план исконные местные ценности.

Санкт-Петербург преуспевает в этом на протяжении нескольких столетий, но при всей своей уникальности он не слишком приемлет даже удачные нововведения, стараясь придерживаться привычного образа жизни и привычных ценностей. Таким образом, он ограничивает себя в пополнении духовного потенциала со стороны, хоть и обеспечивает неповторимый стиль своих жителей.

Люди, занимающиеся разработкой стратегии подачи региона или товара, должны искать ту самую золотую середину, в которой объект не теряет индивидуальности, но при этом открыт культурным новациям. Управление впечатлением – важнейшая часть работы имиджмейкеров, причем восприятие это должно соответствовать потребностям различных целевых аудиторий и социальных слоёв. И если такой результат будет достигнут, то успех продвижения бренда не заставит себя долго ждать.

МОДЕРН ВЛАДИВОСТОКА. ХАРАКТЕРНАЯ ДЕТАЛЬ СТИЛЯ

С.Д. Гаевая, П.А. Вяхирева, студенты

Научные руководители: **О.Г. Обертас**, канд. техн. наук, профессор кафедры дизайна,

Л.Л. Вахрушева, доцент кафедры дизайна

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель исследования – выявить и зафиксировать образцы декора зданий Владивостока периода конца XIX – начала XX века и на основе полученного материала попытаться провести дальнейшие исследования по истории создания зданий, уточнения их авторства и изучение характера пластического языка.

На рубеже 19-20 веков в мировой архитектуре зарождается новый стиль – модерн. На этот же период времени приходится и активная застройка Владивостока, в 1880-м году получившего статус особого «военного губернаторства» и ставшего городом. Европейские предприниматели, большинство из которых были немцами (А. Даттан, И. Лангелитье, А. Альберс, К. Гольденштедт), охотно обзаводились здесь земельными участками, приглашали архитекторов для строительства зданий. Интенсивно посещаемый судами преимущественно под европейскими флагами, город не мог не испытывать на себе влияние модных течений, прежде всего модерна.

В особой степени художественное единство модерна создавала архитектурная деталь. Характерной деталью владивостокского модерна становится рисунок «кольцо в кольце», который прослеживается и в декоре фасадов, и в металлических решетках ворот и балконных ограждений.

Впервые этот элемент мы встречаем в работах архитекторов Сецессиона – Отто Вагнера и Йозефа Хоффмана, сочетающих простые геометрические формы с лаконичным растительным декором. В частности, Отто Вагнер использует неглубокие параллельные каннелюры для вертикального членения плоскостей стен и пилястров. Вагнеровские каннелюры всегда обрываются, не доходя до земли; их нижние концы обычно образуют обращённый вниз треугольник, а верхний элемент представляет собой «кольцо в кольце» или его варианты. Этот же элемент присутствует в декоре его «Майоликхауз» в Вене.



Рис. 1. Работы Отто Вагнера.

В дальнейшем эта деталь была широко растиражирована другими мастерами модерна, особенно представителями немецкой школы. Наиболее ярким из них был Георг Юнгхендель, приглашенный из Германии для работы над зданиями торгового дома «Кунст и Альберс». Архитектурно-строительное бюро Юнгхенделя составляло сметы и проекты зданий всех стилей, осуществляло надзор и производство строительных работ, а с 1908 г. вело строительные работы по подрядам из собственных материалов, включая все строительные столярные работы и лепные изделия из цемента и гипса для наружных и внутренних украшений зданий. За 24 года творческой жизни по проектам Юнгхенделя были построены ряд оригинальных зданий, олицетворяющих облик «старого» Владивостока: особняк предпринимателя Ю. И. Бриннера по ул. Алеутской, здание Духовной консистории на Пологой 65, торговый комплекс фирмы «Кунст и Альберс» на Светланской, лютеранская церковь Св. Павла и многие другие.



Рис. 2. Г. Юнгхендель. Особняк Бриннера



Рис. 3. Здание по ул. Луговая, 33

Не секрет, что в работах каждого крупного мастера легко обнаружить совокупность предпочитаемых им средств и приемов. Опытный зритель может определить авторство даже в тех случаях, когда имя его не названо. Все это составляет индивидуальную творческую манеру мастера, его неповторимый почерк. Предпочтительное использование архитектурной детали относится к подобным приемам. «Кольцо в кольце» Юнгхендель активно использует в оформлении фасада особняка Бриннеров, декоре здания Владивостокского ГУМа, балконных ограждениях домов братьев Синкевичей и Фихмана, многих других. Встречая эту характерную деталь на здании по адресу Луговая 33, авторство которого неизвестно, можно предположить, что проект был выполнен в мастерской Юнгхенделя.

«Кольцо в кольце» широко использует архитектор В. Гольденштедт в зданиях доходных домов Демби (Океанский проспект 9-11) и Шуина (ул. Светланская 50).



Рис. 4 – 5. В. Гольденштедт. Здания доходных домов Демби и Шуина

Эту же деталь в различных вариациях мы встречаем и в рядовой застройке города. Ее отличает разное качество исполнения: от тщательно спропорционированного и тщательно проработанного до условно схематичного, как бы процарапанного в кирпичной кладке.



Рис. 6 – 7. Деталь «кольцо в кольце» в рядовой застройке г. Владивостока

В современной проектно-строительной практике одновременно с усилением художественного начала в архитектуре и восстановлением утраченных культурных ценностей происходит возрождение интереса к архитектурной детали.

Выявление приемов применения детали того или иного стиля очень важно для облика Владивостока, так как способствует созданию особого стиля города в целом. Ввиду богатой

архитектурной истории, город требует некоей стилевой поддержки своим памятникам, но это не должно быть слепое заимствование, это должно быть грамотное использование пластики и тектоники детали.

1. Кириков Б. М. Архитектура петербургского модерна. Особняки и доходные дома / Борис Кириков.— [Изд. 3-е, испр. и доп.].—Санкт-Петербург : Издательский дом «Коло», 2008. – 576 с. : ил.
2. В.М. Марков «Путеводитель по Владивостоку», Владивосток, 1993. С.100.
3. ARCHITIME.RU – АРХИТЕКТУРНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ. [Электронный ресурс]. – Отто Вагнер. – Режим доступа: http://architime.ru/architects/a_otto_wagner.htm.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ: НОВЫЙ ВЗГЛЯД И ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ

Я.Г. Гомилевская, студент

Научный руководитель **О.К. Говорова**, канд. геогр. наук,
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Событийный туризм в последнее время приобретает все большее значение. Подобный вид туризма позволяет путешественникам посетить выставки, фестивали, карнавалы, концерты, спортивные мероприятия и стать свидетелями различных событий в мире спорта, культуры, искусства.

Понятие событийного туризма появилось сравнительно недавно. Так, еще в начале 80-х годов прошлого столетия в традиционной классификации видов туризма он отсутствовал [1].

Исследование современной трактовки понятия «событийный туризм» показывает, что до сих пор нет его однозначного определения. Большинство авторов он трактуется как вид туризма, связанный с проведением в различных городах мира карнавалов и фестивалей, приуроченных к определенным датам. Другими исследователями под событийным туризмом понимается посещение событий не только в культурной и спортивной жизни, но также и деловой.

Интересным на наш взгляд является выделение событийного туризма не как вида туризма, а как блока [2], который формируется на основе различных видов туризма: экологического, культурного, спортивного, делового. Под блоком здесь понимается определенная (свободная, не структурированная) группа видов туризма, объединяемая какой-либо формой деятельности. В то же время условно событийный туризм можно разделить на деловой и развлекательный. Например, международная парусная регата «Кубок Залива Петра Великого», проходящая в нашем городе привлекает около 200 участников из других регионов, что для них является деловым туризмом. В то же время при правильной организации продвижения этого мероприятия она бы могла стать значимым развлекательным событием для въездных и внутренних туристов. В этой связи нам видится выделение из совокупности делового туризма той части, которая касается именно событий (выставок, семинаров, конференций и т.д.).

Таким образом, по нашему мнению под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран.

Для того, чтобы более подробно понять суть событийного туризма, нами была предпринята попытка его классификации, представленная в таблице.

Классификация событийного туризма

Вид туризма	Мероприятия	
Культурный туризм	национальные фестивали и праздники	европейские карнавалы к началу Великого Поста, Русская Масленица
		реконструкция исторических событий
		этнографические фестивали
		дни страны, региона, города
		религиозные события и даты
	культурные выставки	биенале искусств
		аукционы предметов искусства
		гастрономические фестивали
		фестивали и выставки цветов
	события театра, кино и музыки	концерты мировых знаменитостей
		фестивали кино и театра
		фестивали музыки и музыкальные конкурсы
события мира моды	модные показы	
	конкурсы красоты	
Спортивный туризм	олимпиады и международные состязания	
	авто-мотогонки, ралли, международные технические салоны	
	авиасалоны	
	парусные регаты, соревнования по гребным видам спорта	
	конные бега, конно-спортивные шоу	
	соревнования по зимним видам спорта	
	охотничьи и рыбные турниры	
Деловой туризм	выставки	
	конференции	
	форумы, конгрессы	

Интересную и можно сказать нетрадиционную классификацию событийного туризма предлагает директор агентства событий Андрей Казаринов в соответствии со следующими стилями [3]:

– Панк-туризм – «мультикультурный трэш» (смешение стилей, направлений, концепций). Чаще всего у нас такие проекты существуют для студентов, где КВН мягко переходит в русский хор. Здесь важна не тема, а настроение. Яркий пример – Дни Энергии на Алтае.

– FUNK-туризм. Для этого традиционную сферу делают инновационной, добавляя в нее, с одной стороны, эмоциональность, демократичность, с другой – конкретную маркетинговую цель – продвижение не только брэндов, но и направлений, идей, сообществ. Примеры туризма в стиле FUNK гораздо больше распространены. Это рок-фестивали, Октябрь-фест, это множество музыкальных европейских событий. События в стиле FUNK – это как бы хулиганские события, но на самом деле инициированные компаниями как способ продвижения брэнда.

– Этнофанк-туризм – «фанковые» события имеют четкую этно-траекторию. Например, фестиваль в Эдинбурге, когда люди могут ощутить себя предками-шотландцами и метать разные булыжники весом по 16 кг. Или коррида – конкретный исторический ритуал, который популярен до сих пор. Этнофанк – это туризм, организованный вокруг исторических тем, но в современной интерактивной форме.

Безусловно, наиболее зрелищными событиями мирового уровня считаются карнавалы, исторически приуроченные к началу католического Великого поста. Карнавал означает «прощай мясо». Примечательно, что русская масленица в древности называлась «мясопуст». Понятно, что эти события имеют одни корни. Но Европейские карнавалы в настоящее время получили необычайный размах.

Самым популярным является карнавал в Венеции, который ежегодно проходит в феврале. В течение 10 дней в городе воссоздается праздничная атмосфера XVIII в. – кавалькады, традиционные церемонии, всевозможные парады и маскарады без устали сменяют друг дру-

га на шумных и пестрых улицах. Ежегодно на карнавал в Венеции приезжают более 500 тыс. туристов из разных стран мира.

В Германии наиболее известный карнавал проходит в Кельне. Весь ноябрь проходят заседания карнавалных комитетов, на которых выбирается принц карнавала. Обербургомистр вручает ему ключи от ратуши. Спустя 3 месяца, в последний четверг февраля («Бабий четверг»), женщины, одетые в карнавалы костюмы, захватывают ратушу и объявляют начало карнавала. В этот день женщинам дозволено все. Своей кульминации праздник достигает в «Розовый понедельник». В этот день около 1,5 млн человек участвуют в праздничном шествии и везут огромных кукол из папье-маше. В «Фиалковый вторник» сжигают большое соломенное чучело. Заканчивается карнавал в «Пепельную среду», когда все рисуют на лбу пепельные кресты и едят рыбные блюда.

В Ницце знаменитый цветочный карнавал восходит к 1294 г. В нем обычно участвует около 1 млн туристов. Центральные события – «цветочные сражения» и «Парад голов» (огромные макеты голов весом до 2 т и размером до 12 м движутся по городу на повозках).

И, безусловно, карнавал в Бразилии. Он длится 7 дней и завершается «Парадом чемпионов». В параде участвуют представители различных танцевальных школ самбы. В 1984 г. был построен специальный самбодром с аллеей длиной 700 м и шириной 13 м. Очень часто участие в карнавале совмещается с круизом Буэнос-Айрес – Рио-де-Жанейро.

Что касается России, в стране пока не сформировалось сколько-нибудь периодически повторяющихся общественно значимых мероприятий, привлекающих большие массы российских и зарубежных туристов. Так, если в целом доля этого вида туризма в мире неуклонно растет и в различных туристских регионах колеблется от 30 до 50%, то в России этот показатель в 2010 г. составил лишь 9%. По оценкам ВЦИОМ одним из принципиальных сдерживающих факторов развития туризма в Российской Федерации является неразвитость индустрии развлечений, что обусловлено, в первую очередь, не достаточным количеством мест культурного отдыха и низким уровнем их организации.

В Приморском крае наблюдается аналогичная ситуация: проводится значительное количество различных мероприятий (международный кинофестиваль «Pacific Meridian», День города, День тигра, День военно-морского флота, День рыбака), различные мероприятия в области культуры (международный джазовый фестиваль, фестивали «Приморские струны», «Арго», «Дальневосточная весна», фестиваль спортивного бального танца «Звезды Приморья» и др.), международные соревнования по гребле на лодках «Дракон». В 2010 г. впервые разыгран Кубок губернатора по скачкам и бегам на ипподроме в Анучинском районе. Но, тем не менее, эти мероприятия не обеспечивают активного роста туристского потока в силу их низкой масштабности, отсутствия современной инфраструктуры, обустроенных передвижных площадок, недостаточного профессионального уровня как подготовки, так и организации.

До сих пор остаются недооцененными возможности событийного туризма на основе организации круизных путешествий; проведения мероприятий, связанных с Владивостокской крепостью, историей развития Российского флота; традициями и культурой народов; привлечения туристов в качестве зрителей и болельщиков спортивных соревнований различного уровня.

К сожалению, в настоящее время событийные программы для иностранных туристов отличаются однообразием и низким уровнем организации. Особенно это заметно при посещении г. Владивостока иностранными круизными судами и при прибытии специализированного туристского поезда дальнего следования «Золотой орел – Транссибирский экспресс».

Как показывает практика развития развлекательного туризма в мире, на региональном уровне целесообразно проводить ежегодный отбор порядка 15-20 наиболее привлекательных для туристов событийных проектов, на которых необходимо сосредоточить основные усилия по организации и активному их продвижению.

И очень важно – те мероприятия, которые имеют в принципе достаточный уровень, не подкрепляются должным уровнем маркетингового и информационного обеспечения.

Для привлечения внутренних и иностранных туристов наиболее перспективными являются:

- создание и развитие развлекательных инфраструктурных объектов – тематических парков развлечений, ипподрома, аквапарка, театра оперы и балета и др.;
- проведение праздников на основе этнических и православных культур народов, населяющих край;
- реконструкция событий, связанных с историей края;
- организация спортивно-развлекательных мероприятий морской направленности;
- привлечение известных театральных и музыкальных трупп;
- проведение мероприятий, связанных с современной культурной жизнью края;
- активизация фестивального движения в молодежной среде;
- развитие сельского туризма в сочетании с этнографическим, экологическим и развлекательным видами туризма;

Можно выделить три стратегических варианта:

- проведение масштабных знаковых мероприятий (аналогичных кинофестивалю «Pacific Meridian»);
- повышение уровня организации существующих городских событий с высоким потенциалом с целью привлечения не только жителей территории, на которой они проводятся, но и туристов;
- формирование и разработка новых уникальных проектов, основанных на собственной культурной составляющей.

1. Спортивный туризм

Прежде всего это Концертно-спортивный комплекс в г. Владивостоке (ул. Находкинская) на 7,5 тыс.чел. В настоящее время заложена первая очередь строительства. На базе комплекса возможно проведение хоккейных матчей, конькобежных соревнований, а также масштабных зрелищных и музыкальных мероприятий, концертов и т.д.

Из официальных видов спортивных мероприятий можно выделить:

- международные соревнования по гребле на лодках «Дракон» на Кубок губернатора Приморского края;
- чемпионат России яхт открытого моря в классе яхт «Конрад-25Р»;
- парусная регата «Кубок залива Петра Великого»;
- кубок России по подводной охоте;
- чемпионат ДФО «Кема-ралли».

Также актуально развитие нетрадиционных видов спорта: пейнтбола, дайвинга, различных игр, на их основе проведения фестивалей, таких как байкерский фестиваль «На краю земли», турниров по ловле рыбы. Основной проблемой развития данного направления является локальная работа организаторов, которую частично могут решить федерации по видам спорта.

2. Культурный туризм

- События театра, кино и музыки

Наиболее значимым объектом, безусловно, станет Театр оперы и балета на 1880 мест, который включен в программу «Развитие Владивостока как центра международного сотрудничества в АТР». Здесь принципиально важен организационный момент: подбор труппы, репертуар, заполнение зала (каким образом привлечь туристов), и, как вариант – масштабирование существующего фестиваля классической музыки «Дальневосточная весна» в международный фестиваль классического искусства.

- На базе Владивостокской крепости проведение конференции для историков и архитекторов, фестиваля «Владивостокская крепость».

- Для придания широкого масштаба традиционной масленице, празднику Ивана Купалы, Пасхе, обрядовым праздникам актуальным является их проведение не просто на какой-либо площадке – городской площади, базе отдыха (как это делается сейчас), а строительство

этнографического комплекса славянской культуры. Такой проект «Русское подворье» уже есть, который инициирован и продвигается турагенством «Ольга» (директор Ольга Васина).

Славянские языческие и православные праздники должны стать визитной карточкой Приморского края при привлечении иностранных туристов.

– Развитие интерактивного археологического музея под открытым небом «Палеодеревня» (г.Находка), на базе которого уже сейчас проводятся анимационные программы: «День гончара», «Масленица», «Зима в Палеодеревне», «В гостях у шамана».

– проведение фестиваля коренных народностей Приморского края. Лучше всего его проводить в деревне Красный яр, где проживают представители коренного народа края – удэгейцы.

3. Экологический туризм:

– Масштабирование фестиваля «День тигра».

Тигр является символом Приморского края, большинства его районов и городов. Проведение Дня тигра должно стать одним из знаковых событий края. Целесообразно проведение фестиваля, связанного не только с образом тигра, но и других представителей животного мира Дальнего Востока; организация международной конференции, посвященной проблеме защиты окружающей среды. В эти дни необходима также разработка активной развлекательной программы также и на территории национального парка «Зов тигра».

– Развитие сельского (деревенского) туризма.

На базе сельского туризма возможно проведение широкого круга развлекательных мероприятий: фестиваля меда и хлеба, проведения сельскохозяйственных работ на подворье, участие в деревенских посиделках, играх, катание на лошадях, рыбалка, русская баня и т.д.

Таким образом, у Приморского края есть все предпосылки для развития событийного туризма. И, главное, в отличие от других видов туризма он не требует значительных вложений. Окупаемость события наступает на второй день после завершения мероприятия, а подготовка к нему ведется от 3-х до 6-ти месяцев. Основным фактором успеха является четкая организация и инициатива.

1. Крачило Н.П. Основы туризмовеждения. Киев, 1980.

2. Долженко г. Опыт разработки классификации современного российского туризма / г. Долженко // Труды Международной туристской академии. Выпуск 5. «Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке». М., 2010 г. С. 59 – 69.

3. Казаринов А. FUNK-туризм за Садовым кольцом / А. Казаринов [Электронный ресурс] / Сайт Туризм. 2010. Режим доступа: <http://turizm.ngs.ru/news/28356/>.

ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКА

Д.В. Гриньков, А.А. Данько, студенты

Научный руководитель Т.В. Метляева, канд. культурологии, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью нашей работы было исследование массовой культуры как явления и фактора влияния на формирование личности подростка.

Массовая культура имеет и положительные, и отрицательные стороны. Однозначно определить преимущество одной из этих сторон невозможно. Массовая культура прочно укоренилась в современном обществе, и тем самым несет в себе существенный ущерб. Какой? Попытаемся разобраться в данной статье.

Массовая культура – это естественное, упрощенное, не требующее серьезного интеллектуального осмысления явление, над которым не надо особо размышлять. «Масскульт» сни-

жает планку любой идеи, любой проблемы, любого явления до уровня своего потребителя, тем самым лишая и человека, и действительность их истинного уровня и значения.

Итак, массовая культура – это не культура для масс и не культура масс, ими творимая и ими потребляемая. Это та часть культуры, которая создается, но не творится массами по заказу и под давлением сил, господствующих в экономике, идеологии, политике, сфере правовых и даже нравственных отношений.

Массовая культура имеет свою структуру и уровни. В современной культурологии, как правило, выделяют три основные *уровня* массовой культуры:

- кич-культура (то есть низкопробная, даже вульгарная культура);
- мид-культура (соединяющая черты высокой и массовой культуры);
- арт-культура (массовая культура, не лишенная высокого, художественного содержания и эстетического выражения).

Причины популярности массовой культуры, кроме отмеченных английским писателем О. Хаксли узнаваемости и доступности, являются следующими:

- необходимость усредненного языка общения;
- нежелание индивида активно участвовать в социальных явлениях и процессах духовно или интеллектуально. Другими словами, изначальная пассивность сознания большинства членов общества;
- желание уйти от повседневных проблем, от обыденности и рутины;
- желание понимания и сопереживания своим проблемам со стороны другого человека и общества [2].

Среди основных проявлений и направлений массовой культуры, важных для данной работы, он выделяет следующие:

1. индустрия «субкультуры детства», закладывающая основы базовых ценностных установок, официально пропагандируемых в данном обществе;
2. массовая общеобразовательная школа;
3. система национальной (государственной) идеологии, контролирующая и формирующая политико-идеологические ориентации населения, манипулирующая сознанием людей в интересах правящих элит, обеспечивающая желательное поведение людей;
4. массовая социальная мифология, упрощающая сложную систему ценностных ориентаций человека и многообразие оттенков миропонимания до элементарных дуалистичных оппозиций;
5. индустрия развлечений и досуга, которая включает в себя массовую художественную культуру (кроме архитектуры), массовые постановочно-зрелищные представления, профессиональный спорт, структуры по проведению организованного развлекательного досуга, различные шоу;
6. индустрия оздоровительного досуга, физической реабилитации человека и исправление его телесного имиджа;
7. система организации, стимулирования и управления потребительским спросом на вещи, услуги, идеи, как индивидуального, так и коллективного пользования (реклама, имиджмейкинг);
8. индустрия интеллектуального досуга, приобщающая людей к научно-популярным знаниям, научному и художественному любительству и т.п.;
9. средства массовой информации.

С точки зрения нашего исследования вполне актуальны следующие положения, выдвинутые Ф. и К. Ливис:

- легкодоступные удовольствия бестселлера, легкой и танцевальной музыки привели к чрезмерной, всепроникающей эротизации современной массовой культуры, что, в первую очередь, проявилось в популярности сексуально раскрепощенного женского образа;
- удовольствия масскульты пассивны, не требуют активного участия воспринимающего, они ведут к чрезмерному увеличению роли визуального элемента, который на самом деле следует считать нижестоящим по отношению к чтению. Именно этот элемент является наиболее важным в публичном имидже, где важна внешняя «картинка» [3].

Все перечисленные аспекты массовой культуры приводят к выводу, что в отличие от классической эстетики как философии прекрасного, которая стремится к отражению реальности, основанному на ценностной иерархичности и глубинной подлинности, эстетика масскульта, целью которого является получение прибыли через оказание влияния на аудиторию, ориентирована на гедонизм, на поверхностность, вторичность, зрелищность, развлекательность, сексуальность, отказ от реальности и принятие ее симуляции. Художественно-эстетическая сторона массового искусства перестает быть сущностной его характеристикой, она становится лишь добавочной, придающей ему «товарный вид» и обеспечивающей спрос на рынке. Массовая культура, таким образом, – это культура широкого потребления, что определяет ее характеристики как своего рода товара. Массовая культура выполняет ряд *функций*, основными из которых являются адаптационная, коммуникативная, социализирующая, рекреативная, идеологическая, ценностно-ориентационная.

Итак, главная задача массовой культуры – поставлять аудитории определенные стандарты поведения, духовных запросов, доказывать правомерность идентификации на примерах «из жизни», формировать имиджи и стереотипы сознания, а также реабилитировать определенный социальный слой внедрением мифа о равных возможностях всех перед всеми.

Современный молодой человек, вступающий в жизнь, познает реальную действительность во многом через ее отражение в разного рода «Картинах мирах». И ведущее место здесь, несомненно, принадлежит массовой культуре, аудиовизуальной культуре. Однако роль массовой культуры в нравственном воспитании подростка не безупречна, а подчас и чревата дисфункциональным воздействием на зрителя. СМИ влияет на формирование ценностных ориентаций подрастающего поколения (что такое хорошо и что такое плохо – прежде всего), социальных установок и мотивов поведения.

Мы пришли к выводу, что в усвоение в подростковом возрасте социального опыта, как позитивного, так и негативного, исключительную роль на сегодня играет массовая культура, имитации и идентификации, т. е. подражание поведению значимых других и отождествление себя с определенными общностями, ведущие к принятию их ценностей, установок, норм и образцов поведения.

-
1. Алексеев В.А. Развитие самосознания на рубеже подросткового и юношеского возрастов: Автореф. Дис. Канд. Психол.наук, М., 1965. – 32 с.
 2. Хаксли О. Искусство и банальность. – М., 1923. – 21 – 23 с.
 3. Ливис К., Ливис Ф. Массовая цивилизация и массовая культура. СПб., 1969. – 286 с.
 4. Божович Л.И. Личность и ее формирование в детском возрасте. – М., 1968. – 293 с.
 5. Формирование личности в переходный период: от подросткового к юношескому возрасту / Под ред. И.В. Дубровиной. – М., 1987. – С. 231.
 6. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. – М., 1996. 196 с.

ЭКОЛОГИЯ ДЕТСКОЙ ПЛОЩАДКИ

И. Дисьяк, О. Лисовеченко, К. Яковлева, студенты

Научный руководитель **Н.Н. Личманюк**, старший преподаватель кафедры дизайна

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Рубеж XX-XXI вв. характеризуется кризисом в развитии человека как биологического вида. Человек переходит в иную фазу своего существования, когда должны проявиться его способности воспринимать, переживать, мыслить и действовать. Речь идет о том, что до недавнего времени формирование массового человеческого сознания (кто Я в доме под названием планета Земля?) было ограничено проблемами выживания отдельных индивидов и со-

циальных групп или общностей, к которым они принадлежали: семьи, этноса, страны или религиозной конфессии в пределах определенной территории.

На рубеже II и III тысячелетий человек из субъекта индивидуального и группового (социального) развития может и должен превратиться в субъект развития планеты в целом. В противном случае, как и любая развивающаяся система, человек остановится в своем развитии и, следовательно, начнет путь к своему угасанию как биологического вида, физическому и психологическому самоуничтожению как человеческого рода и носителя духовности на Земле.

Формирование экологического сознания и поведения, а значит, и экологической культуры может происходить разными путями и на разных уровнях социального устройства: через политику, экономику, просвещение, телевидение и т.п. Дошкольное, школьное и высшее образование в этом ряду занимает одно из первых и важнейших мест. В современной психологии под сознанием понимается высшая, интегрирующая форма психики, заключающаяся в отражении, целеполагании и конструктивно-творческом преобразовании действительности.

Экологическое сознание имеет свою специфику, направленность, связанную со своеобразием отражения мира природы и конструктивно-творческим его преобразованием. Программы же по экологии часто пытаются скорее воспроизвести соответствующую научную дисциплину, чем природные (психологические) закономерности развития ребенка и его сознания.

За прошедшие годы многое изменилось, и теперь методические разработки в области экологического образования гораздо больше отвечают современным требованиям, а само экологическое образование дошкольников строится на основе системы детской деятельности. Был выделен ряд принципов отбора содержания экологического образования дошкольников. «Слово экология не должно ассоциироваться у ребенка с тревожностью». Крайне важно найти пути внедрения идей устойчивого развития в повседневную жизнь ребенка, ведь именно в этом возрасте у него формируется система ценностей, закладываются основы и мотивация его поведения по отношению к окружающей среде и к людям, основы социальной ответственности.

Воспитание у детей активной позиции, бережного отношения к природе, навыков партнерских взаимоотношений возможно только при поддержке взрослых – педагогов и родителей, которые сами осознают важность идей устойчивого развития. Опыт показывает, что родители ребенка-дошкольника активнее сотрудничают с педагогами, чаще общаются со своими детьми, чем родители школьников. Это открывает особые возможности для воспитания новой системы ценностей у самих родителей через их детей. Для самих же воспитателей детский сад стал вторым домом, в котором они проводят значительную часть времени, и который стараются сделать красивым, уютным и безопасным. Главными действующими лицами являются не только дети от 3 до 7 лет, но и члены их семьи, и педагоги.

Чтобы любить природу, ребенок должен иметь возможность с ней общаться. В условиях городов реальная природа нередко заменяется виртуальной, поэтому детский сад должен создавать особую развивающую среду для общения с природой как внутри здания, так и на территории детской площадки дошкольного учреждения, используя при этом экологические комнаты, уголки природы с животными и растениями, коллекциями природных материалов, экологические тропинки, зимние сады, клумбы, экологические городки и игровые развивающие площадки. В условиях же сельской местности главная задача дошкольного учреждения (возможно, вместе со школой) – стать своеобразным проводником идей устойчивого развития.

Современный детский сад – это детский сад, в котором при строительстве и оформлении используются экологически безопасные материалы; ребенку обеспечиваются условия (развивающая среда) для общения с природой и реализации его права на здоровую окружающую среду, в том числе за счет создания вариантов игровой и спортивной развивающей среды детских площадок на основе идей устойчивого развития (как экологических, так и экономических, и социальных) Формообразование игровых и спортивных развивающих детских площа-

док возможно на основе использования комбинаторных элементов с включением уголков природы с животными и растениями, либо растениями, стилизованными под формы животных.

В настоящее время в ряде дошкольных учреждений Москвы реализуется проект «Мы и природа». Одной из важных задач проекта в будущем является реализация идеи о создании экологически безопасного детского сада, при строительстве и проектировании которого заранее учитываются идеи устойчивого развития.

Реализация проекта «Мы и природа» позволит распространить опыт создания экологически безопасного детского сада на другие регионы страны. В таком дошкольном учреждении рационально используются ресурсы, налажен раздельный сбор мусора, территория озеленена с учетом влияния растений на состояние окружающей среды и на здоровье ребенка, созданы условия для наблюдения, изучения животных, для использования игровых и спортивных детских площадок с целью развития. При проектировании игровых и спортивных развивающих детских площадок необходимо также усилить связь с традициями регионального природопользования местного населения, поскольку экологическое образование дошкольников строится на основе системы детской деятельности.

Итак, крайне важно найти пути внедрения идей устойчивого развития в повседневную жизнь ребенка, ведь именно в этом возрасте у него формируется система ценностей, закладываются основы и мотивация его поведения по отношению к окружающей среде и к людям, основы социальной ответственности. Одной из важных задач является реализация идеи о создании экологически безопасного детского сада, при проектировании которого заранее учитываются идеи устойчивого развития. Современный детский сад – это детский сад, в котором при строительстве и оформлении используются экологически безопасные материалы; ребенку обеспечиваются условия (развивающая среда) для общения с природой и реализации его права на здоровую окружающую среду, в том числе за счет создания вариантов игровой и спортивной развивающей среды детских площадок на основе использования комбинаторных элементов в тесной связи с традициями регионального природопользования.

ФИЗКУЛЬТУРА И СПОРТ КАК КЛЮЧ К СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

М.В. Дьяконова, студент института информатики, инноваций и бизнес-систем
Научный руководитель **Г.А. Могильченко**,
доцент кафедры физкультурно-оздоровительной и спортивной работы

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Физическая культура и спорт – это не только средство, позволяющее укрепить и сохранить здоровье человека, но и путь к нравственному обогащению, приобретению лидерских качеств, идеалов и ценностей; способ самовыражения и обретения уверенности к себе. В период социализации, «вхождения» в общество, физическое развитие человека играет очень большую роль.

Целью данной работы стало выявление взаимосвязей между занятиями физической культурой и становлением личности, нравственно-этическим ростом человека. В ходе работы было доказано, что занятия физической культурой способствуют расширению кругозора человека, выработке определенных моделей поведения, распространенных в современном обществе, приобретению качеств, определяющих сильную личность, а также открывают широкие возможности по удовлетворению своих потребностей в общении, совместной деятельности; помогают в достижении успеха, завоевании признания окружающих, самовыражении и самоидентификации.

Важной частью настоящей работы стало рассмотрение занятий физкультурой в школе и университете в контексте поставленной проблемы. Как известно, физическое воспитание человека начинается с ранних лет жизни сначала в семье, затем в детском саду и школе, про-

должается уже в высшем учебном заведении, где ему уделяется большое внимание. Студенческий возраст является периодом наиболее активного овладения полным комплексом социальных функций, необходимых для жизни в обществе, и именно в этот период целенаправленная физическая подготовка может помочь студенту приспособиться к новым условиям жизни, постепенно возводя систему личностных характеристик на более высокий уровень.

Особое внимание было уделено обзору спортивных секций ВГУЭС и возможностям духовного и физического развития, которые они открывают перед студентами. Во ВГУЭС высококвалифицированные преподаватели открывают ученикам путь к раскрытию своих способностей и принятию активной жизненной позиции с помощью специальных методов и разнообразных средств и форм активного обучающего взаимодействия. Кроме того, на занятиях физической культурой во ВГУЭС ученики сами могут выступить в роли преподавателя. Под руководством преподавателя они проводят необходимые части занятия (например, разминки), осуществляют контроль над правильным выполнением упражнений. Такая форма организации учебного процесса приносит свои плоды: студенты приобретают качества, необходимые для жизни в коллективе и обществе в целом, – это ответственность и умение управлять людьми, а формирование организаторских способностей поможет в дальнейшем грамотно выстроить отношения в рабочем коллективе. Работать с людьми также развивает в студентах определенные моральные качества, такие как дружелюбие, чувство товарищества и коллективизма. Самые выдающиеся ученики имеют возможность попробовать свои силы на соревнованиях, победа или поражение на которых с равным успехом подстегивают их к достижению новых высот. Спортивные успехи, которые достигают студенты ВГУЭС, закладывают основу их будущих целевых установок, формируют характер, помогают найти свое место в жизни. Уверенность в себе и своих силах, приобретенная за счет самоутверждения в спорте является завершающим штрихом в формировании основ личности.

В заключение стоит заметить, что исследование, проведенное на тему «Физическая культура как ключ к социализации личности» может претендовать на актуальность, так как в настоящее время интерес к спорту и физкультуре не перестает исчезать, а знание социально-духовных ценностей физической культуры и ее влияния на гармоничное развитие личности может помочь читателю выбрать тот вид физической активности, который поможет ему полностью раскрыть свои возможности, выработать систему жизненных ценностей и планов, принимать активное участие в жизни общества.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НОЧНОГО КЛУБА «DANCE HOUSE» НА РЫНКЕ УСЛУГ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

Н.В. Егулова, студент

Научный руководитель **В.С. Бурилова**, канд. истор. наук,
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Ночные клубы – коммерческие досуговые предприятия разного уровня, в которых всевозможные развлечения, в том числе концертные программы сочетаются с ресторанами [1]. У каждого клуба есть свой сегмент потребителей, своя политика и даже своя клубная философия.

Ночные клубы, как правило, позиционируют себя на рынке в рамках определенной концепции или направления. Делая акцент на том или ином виде организации, все эти учреждения сохраняют в целом основные характеристики ночного клуба.

Во всем мире клубная индустрия (иногда еще используется термин индустрия отдыха и развлечений – leisure & entertainment (лэйжа энд энтертейнмент) является очень и очень прибыльным бизнесом. Клубная жизнь наиболее развита в крупных городах, где каждый вечер

проводятся захватывающие вечеринки, обширная шоу-программа, выступления звезд. Здесь посетители вне зависимости от дохода и музыкальных предпочтений, могут получить удовольствие от танцев и веселого времяпровождения.

Европейские клубы внешне имеют сдержанный дизайн, возможно отсутствие наружной рекламы для крупных и популярных ночных клубов.

Лучшими ночными клубами мира, где можно достойно отдохнуть признаны: [2]

1. Гонконг (At Racks MDB, Dragon-i, Volar, Drop).
2. Лондон (Cuckoo, Maddox, Amika).
3. Дюссельдорф (3001).
4. Сингапур (The Butter Factory).
5. Токио (Crystal Lounge, Le Baron, SuperDeluxe).
6. Цюрих (Rohstofflager, Labor-Bar, Toni Molkerei, Club Q, Club Indochine).
7. Буэнос-Айрес (Rojo Tango Show, Niceto, Milion, X Vos).
8. Гамбург (China Club, Golden Cut, Club la Nuit.)
9. Париж (Le Madam).
10. Мадрид (Madrilenos, Pacha, Reina Bruja, Moma56).
11. Амстердам (Mansion).

Ночные клубы достаточно новое явление для российской действительности. Они появились около 12 лет назад и прочно заняли свое место в структуре досуговых организаций.

По данным компании КОМКОН, 60 процентов молодых жителей Москвы проводят досуг в ночных заведениях. Впрочем, и без специальных исследований заметно, что популярность ночных клубов, ресторанов и особенно баров за последнее время резко возросла [3].

Бурное развитие данной индустрии объясняется еще и высокой рентабельностью при относительно небольшой сумме необходимых инвестиций. Компании, поставляющие оборудование, считают, что вложения в данный бизнес при правильной стратегии окупаются за год-два. Однако это зависит, в том числе и от региона и от города и от локальной ситуации.

В результате сегодня в Москве сложилась целая сеть ночных клубов (около 300 крупных и 100 поменьше), каждый из которых имеет сегмент потребителей [4].

Ночные клубы города Владивостока вступают сегодня на новый этап развития.

Все ночные клубы города можно классифицировать следующим образом: [5]

- Mainstream – основное направление;
- Beau Monde – высший свет (франц.);
- Underground – подполье (англ.). В данном случае – все, что не мейнстрим и не бомонд.

К мейнстримовым клубам относятся: «Dance House», «Стеллс» – клубы в целом неплохого качества, с нормальной вентиляцией и умеренными ценами. Как правило, в клубах этого типа имеется не один танцпол, нередко это несколько уровней с разными музыкальными направлениями.

Клубы типа Beau Monde – более требовательные и дорогие. Вход в такие клубы жестко регламентируется face – & dresscontrol, клубными картами, списками гостей, приглашениями пр.

К богемным заведениям можно отнести Давыдов, Сискоо. В некоторых из этих клубов царит по-настоящему королевская атмосфера роскоши.

Самыми востребованными заведениями в г. Владивостоке являются следующие заведения: Клуб «Arena», клуб «Cuckoo», клуб «Dance house», клуб «Placebo».

С учетом проведенного анализа действующих на рынке города ночных клубов рассмотрим диаграмму, иллюстрирующую планируемое положение дел на выбранном рынке (Рис. 1), из которых становится, очевидно, следующее:

Для увеличения доли рынка ночным клубом «Dance house» сделан акцент на качественном оказании услуг. Добиться этого удалось с помощью высокой эффективности управления и качественной маркетинговой политики: проведен анализ основных характеристик услуг в

сравнении с услугами конкурентов, выделены объекты ценообразования предлагаемых услуг, разработана стратегия проведения рекламной компании.

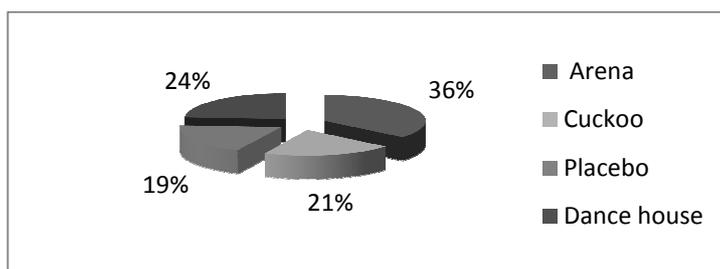


Рис. 1. Доля рынка потребителей ночных клубов г. Владивостока

В итоге удалось добиться того, что предприятие, обладая достаточной финансовой устойчивостью, завоевало значительную долю на рынке оказываемых услуг, а именно: 36 % доли рынка принадлежит ночному клубу «Arena», 24 % – клубу «Cuckoo», 21 % – клуб «Dance house», 19 % – клуб «Placebo».

Ночной клуб «Dance house» (ООО «Арт») представляет собой развлекательный комплекс, находящийся в центре Ленинского района г. Владивостока. Расположенный на двух этажах, клуб можно назвать небольшим развлекательным центром, собирающим посетителей – жителей не только Ленинского, но и соседних районов.

Первый этаж клуба представлен просторным дискозалом с вместительным танцполом и баром с широким выбором алкогольных и прохладительных напитков. Дискозал работает ежедневно с 22.00 до 06.00.

На втором этаже клуба располагается мягкая зона с множеством столов, диванов и двумя барами. Клуб рассчитан на средний и высший класс, совмещает в себе функции бара и дискотеки европейского уровня. Оригинальное решение интерьеров, а также использование новейшего светового и проекционного оборудования обеспечит постоянный приток посетителей разных возрастных групп, но, прежде всего молодежи города и приезжающих туристов.

Ночной клуб Dance house – сочетание грандиозной клубной атмосферы, которые сочетается с высококлассной музыкой и удобным расположением в г. Владивостоке. Дискотека с двумя танцполами способна разместить до 500 посетителей. А музыкальное сопровождение с 11 киловаттами звука поразит и восхитит любого [6].

Основными конкурентами ночного клуба Dance house являются:

- НК Arena.
- НК Cuckoo.
- НК Placebo.

Среди преимуществ Ночного клуба Dance House по сравнению с конкурентами можно выделить: умеренные цены на предоставляемые услуги, рабочий график клуба, так как Dance house является единственным клубом, который работает ежедневно и без выходных.

Для расширения сегмента рынка потребителей необходимо разработать PR– компанию по привлечению новых посетителей клуба.

Кроме того, планируется создание базы данных на шоу– группы и коллективы, наличие тесных личных контактов с ними. При наличии такой базы данных можно заниматься продюсерской деятельностью, которая заключается в том, что можно поставлять артистов другим клубам, устраивать их концерты, шоу и др. Это приносит прибыль, а также способствует повышению имиджа клуба.

1. Туризм, гостеприимство, сервис : словарь– справочник / Под ред. Л. П. Воронкова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.

2. Александрова Е.Я., Быховская И.М. Культурологические опыты. – М., 1996.

3. Адаховская Е.А. Факторы, влияющие на посещение ночных клубов как формы досуга в современной России [Текст] / А.Е. Адаховская // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена.
4. Зарождение клубной культуры // В ночном клубе. – Режим доступа: <http://www.infowoman.ru/info/9/woman283.html>.
5. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр. С. Н. Зенкина. – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004.
6. Официальный сайт ночного клуба Dance House – Режим доступа <http://www.dancehouse.me>.

МОДА НА МЕХОВЫЕ ИЗДЕЛИЯ: НОВОЕ В ДИЗАЙНЕ МЕХОВОЙ ОДЕЖДЫ

К.В. Гусенкова, Ю.С. Хомякова, студенты

Научный руководитель Л.А. Терская, канд. техн. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Самый древний и традиционный материал в истории одежды – это мех. Его носили еще первые люди и долгое время он был символом роскоши, богатства, общественного статуса, процветания. Но сегодня он еще и подвержен всем модным тенденциям, как и все, что нас окружает. От сезона к сезону меняется не только мода на виды мехов, окраску, обработку, на сочетание друг с другом. Из меха сегодня делают абсолютно все, начиная от пальто, заканчивая нижнем бельем и аксессуарами.

В работе проведен анализ материалов интернет ресурсов, которые освещают показы коллекций на неделях моды в Лондоне, Милане, Париже, Стокгольме, Копенгагене и Москве. Всего было проанализировано свыше 500 моделей из 30 коллекций мировых дизайнеров. И у всех дизайнеров, от именитых до начинающих, в новых осенне-зимних коллекциях 2010–2011 мех пользовался большой популярностью. Если несколько предыдущих лет дизайнеры отдавали предпочтения драпу и кашемиру, то в осенне-зимних коллекциях 2010–2011 фаворитами многих ведущих дизайнеров стали исключительно модели из меха.

В настоящее время наиболее популярными среди дизайнеров является мех песца, лисицы, норки, енота, соболя, чернобурки и кролика. При этом мех норки и соболя не выходит из моды вне зависимости от ее тенденций. Мех лисицы, песца и финского енота блистали в коллекциях самых модных дизайнеров – Herman Shlumov, Carolina Herrera, Just Cavalli, Reed Krakoff, Max Mara, Hermes, Patrizia Pepe, Gucci, Emporio Armani, Todd Lynn, Moschino, Salvatore Ferragamo, Etro, Osman Yousefzada, Alberta Ferretti, Diane von Fürstenberg, Dennis Basso, Chado Ralph Rucci, Ungaro, Basso&Brooke, Fendi, Marc Jacobs, Valentino. Такая популярность, по мнению специалистов и дизайнеров, связана с применением технологий Saga Furs[®], благодаря которым изделия становятся легкими и воздушными.

В основу коллекций осень – зима 2010/2011 ведущих дизайнеров мира был положен длинноволосый мех. Эта ситуация сохранилась и в сезоне осень – зима 2011/2012. При этом на неделе моды в Копенгагене на пьедестал был возведен мех лисицы. Именно лисий мех выбран большинством дизайнеров как основополагающим для зимних коллекций наступающего сезона осень – зима 2011/2012. В моде по-прежнему и мех стриженной норки и каракуль, из более дешевых мехов – овчина и мех кролика.

Если говорить о цветовом многообразии, то вершину подиума занимают коричневый, черный, белый, бордовый, темно-зеленый и светло-голубой цвета. Вообще в нынешнем сезоне предлагаются различные цветовые сочетания в меховых изделиях. Однако повального увлечения окраской меха, как это было год-два назад, сейчас нет. Стоит отметить контрастный белый мех, по мнению дизайнеров – это самая стильная тенденция текущего сезона, которая

будет в моде еще не один год. Нельзя оставить без внимания модный в нынешнем сезоне принт под леопард, предлагаемый в коллекциях Gussi, Moschino, Salvatore Ferragamo, Etro.

Большое количество дизайнеров отдают предпочтение натуральному цвету меха и нежной пастельной палитре. Например, на неделе моды в Лондоне известный канадский дизайнер Todd Lynn использовал в своей коллекции мех, выведенной на фермах Saga Furs лисицы – Gold Cross fox (полученную путем скрещивания серебристо-черной и рыжей лисиц), которая, по мнению дизайнеров, будет на пике популярности следующего сезона осень – зима 2011/2012. Так же как и Todd, известный афганский дизайнер Osman Yousefzada отдает предпочтение нежной пастельной палитре в своей коллекции.

В предстоящем сезоне в моде по-прежнему остаются натуральные цвета меха, хотя дизайнеры предлагают и большой выбор цветного меха.

Следует отметить, что в сезоне осень – зима 2010/2011 бесформенные пальто вышли из моды. Особый модный тренд трен сезона – это прямые и приталенные модели с поясом, но не очень широким, подчеркивающим талию. Для создания радикальных и геометрических силуэтов используется мех лисицы. В фокусе остается акцентированный плечевой пояс, и мех лисицы, песца и енота идеально подходит для создания этих пропорций. Так же в моде овальные силуэты пальто, больше похожие на уютные коконы. Эта тенденция хорошо прослеживается в коллекциях таких дизайнеров как Dennis Basso, Chado Ralph Rucci, Os. Если говорить о длине мехового пальто, то тут дизайнеры придерживаются длины до колен или чуть ниже, такая длина очень удобна и практична в нашем активном образе жизни.

Особое место в этом сезоне уделяется такому предмету гардероба как меховой жилет. Пальма первенства находится у меховых жилетов из меха норки и соболя. В этом сезоне мировые дизайнеры показали жилеты не только классических и привычных цветов меха, но сделали их очень яркими и креативными.

Среди меховых изделий, предложенных дизайнерами, все большую популярность завоевывают болеро, а в коллекции, представленной Anna Sui, болеро из меха финского енота и песца стало ее хитом.

В коллекция таких Домов моды, как Reed Krakoff, Just Cavalli, Basso&Brooke, Fendi обратили на себя внимание меховые горжеты и воротники, которые были на пике моды два года назад. Это горжеты всевозможных видов и расцветок: классические из серебристо-черной лисицы, и экстравагантные варианты – из крашеного во всевозможные цвета меха песца, блю-фроста (помесь песца с серебристо-черной лисицей), норки, куницы, шиншиллы и т.д. А в коллекции Peter Pilotto в качестве горжеты использовался недавно выведенный вид енота Saga Furs® Hazel Finnaccoon.

Главным меховым трендом сезона стала меховая отделка. Мех используется как элемент декора, им украшены рукава, воротники и нижние части пальто. Многие дома моды предложили в качестве меховой отделки рукава, полосы на рукавах (нарукавники), воротники, капюшоны, манжеты и оторочки по контуру обуви. При этом рукава могут быть разной длины, формы, контрастными по цвету или нет. Это модный элемент одежды любых стилей и цветов. Широко использован и классический вариант отделки – меховой воротник пальто, куртки, костюма.

На неделе мужской моды в Милане дизайнеры продолжают расширять границы традиционной мужской одежды, используя мех для отделки классических костюмов и пиджаков. Капюшоны и воротники отделанные мехом голубого песца и Saga Furs® Hazel Finnaccoon уже сложились в одну из главных тенденций. Этот мех легок, красив и мужественен, что является идеальным сочетанием для мужского гардероба. Alexander McQueen, представил капюшоны из стриженного меха с отделкой пушистым мехом песца и лисицы. В коллекции было несколько моделей вдохновением для которых послужили средневековые мотивы: серый, плотный трикотаж – украшенный черепами с его подписью – выглядел ошеломляюще и завершал ансамбль воротник из крашеного в серый цвет меха песца (Saga Furs® Blue Fox), а

мех чернобурки (Saga Furs® Silver Fox) украшал капюшон на утилитарной парке. Даже костюмы с цифровой печатью были с меховым мотивом.

В сезоне осень – зима 2011/2012 многие известные дизайнеры вновь вспомнили о дубленках. Самый классический вариант дубленки – это конечно же пальто из овчины различной цветовой гаммы – от бежевого и песочного до шоколадного. О них в этом сезоне вспомнили очень многие дизайнеры (Max Mara, Hermes, Patrizia Pepe, Max Mara, Marc Jacobs.).

Среди новомодной одежды, продемонстрированной дизайнером Peter Som на недели моды в Нью-Йорке, были и кожаные куртки, пальто, а также модели одежды из шерсти с рукавами из песцового меха черного цвета, а также жакет с полочками из меха норки «Scanbrown», пальто и джемпер из меха каракуля и чернобурки, пальто с карманами, рукавами и спинкой из меха чернобурки, крашенной в черный цвет.

Мех стал актуальным акцентом и неотъемлемой частью моды, не отдельной отрасли меховой моды, а моды в целом.

ИННОВАЦИИ В СИМВОЛИКЕ БАЙКЕРСКОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

М.А. Какошникова, студент

Научные руководители: **Т.А. Зайцева**, доцент кафедры сервиса и моды,

О.Н. Данилова, канд. техн. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Современное понимание исторического развития общества выявляет наличие обособленных социокультурных групп, объединенных общими идеями. В ходе их формирования складывается образно-семантический костюм, одной из отличительных черт которого является наличие знаковая визуальная система. Целью данной работы является создание авторской коллекции на основе результатов сравнительного анализа особенностей символики и формообразования материальных объектов.

В ходе работы необходимо изучить и проанализировать предпочтения и уклад жизни целевой потребительской группы – приверженцев байкерской субкультуры, также необходимо выявить аналоги формирования социально замкнутых групп в этнокультурах (на примере представителей индейского племени Сиу Американских прерий).

Предпроектное исследование особенностей этих групп проводилось с учетом социокультурных и материальных факторов (табл. 1, 2). В результате анализа выявлены следующие общие черты в укладе жизни и формировании культурных особенностей социальных групп: наличие единого лидера (вождя); социальная иерархия; принципы формирования костюма; общая идеология внутри группы. Такая структура исследования позволяет рассматривать эти аспекты более глубоко, например, особый интерес вызывает относительная общность материальных аспектов жизни двух этих групп.

В эстетике индейских племен заключается многогранность архаичных изобразительных приемов. Актуальность и востребованность богатого наследия былых цивилизаций способствует возрождению к ним интереса со стороны современного общества. На основе сравнительного анализа этнонациональной материальной культуры племени Сиу и байкерской субкультуры выявлены их общие аспекты, послужившие основой для развития идеи преемственности этих двух культур и формирования концепции авторской коллекции одежды «Стальные мустанги».

Центральный персонаж (герой) – представитель байкерской субкультуры, со свойственной ему философией свободной воли, братства, открытого выбора, собственного взгляда на жизнь, часто противоположного общественному. Он – одинокий ездок, хозяин собственной жизни, уверенный в себе и способный на риск. По духу такая позиция близка к ду-

ху кочевых племен Америки. Они странствуют по прериям, они хозяева уже там, где ступила их нога. Их место жительства – мир, бескрайний и наполненный жизнью, их главная ценность – независимость.

Коллекция «Стальные мустанги» выполнена как творческая интерпретация элементов индейской культуры северной и центральной Америки и современной байкерской субкультуры. Байкерская тематика разработана на основе стилизации фольклорных мотивов кочевых племен: вкрапление индейских мотивов создаёт более свежий, креативный и новый образ привычного нам байкера. Эскизы проектируемой коллекции представлены на рисунках 1, 2.

Внедрение этнонациональной эстетики является перспективным направлением в сфере дизайна современного костюма и разработки коллекций в материале для целевого потребителя, способствует расширению ассортиментного ряда мужской и женской одежды, обогащению декоративного оформления и стилевых решений.

Таблица 1

Общие социокультурные черты

Факторы	Байкеры	Индейцы племени Сиу
Патриотизм	Символ патриотизма – флаг конфедерации, изображался на одежде, выражая неконформизм байкера	Борьба с европейскими колонизаторами
Традиция посвящения	Полноправный член клуба проходит несколько ступеней доверия	Обряд инициации. Юноша должен самоутвердиться, доказав свою зрелость
Поведение внутри социума	Социально замкнуты, малообщительны, исключены из общего социального контекста	Воины, свирепы, немногословны, суровый характер
Символика в костюме	Эмблема, специальные нашивки и татуировка	Атрибуты костюма и орнамент, татуировка и шрамирование
Семантика	Эмблема – («Цветя») символ клуба, нашитый на спину, указывает название и статус байк-клуба, страну или город, в котором он организован. Подпись «МС» (аббревиатура от английского «Motorcycle Club»), нашивки на рукавах или на переднюю часть куртки указывают статус байкера в клубе	«Ладонь» – символ высокого статуса, изображается на одежде вождя или является отпечатком лица – для определения военного начальника в охоте или войне. Перья орла – символ зрелости мужчины, его чести и храбрости. Чем больше перьев на головных уборах, тем выше статус
Другие символы	Череп – оберег от смерти	Черепашка – оберег от смерти и символ долгожительства и упорства

Таблица 2

Сравнительный анализ материальной культуры

Факторы	Байкеры	Индейцы племени Сиу
Средство передвижения	Мотоцикл	Конь (порода Мустанг)
Костюм	Социокультурная идентификация	Этнонациональная идентификация
Ассортимент	- кожаная куртка «Косуха» или пилотная куртка - брюки (деним, кожа) - клубный жилет - чапсы (позаимствованы у племени Сиу) – отдельные брючины, закрепляются на поясе ремнем - бандана	- верхняя куртка или накидка - набедренная повязка - брючины, закрепляются на поясе завязывающимся ремнем - головной убор из перьев
Материал	Натуральная кожа, деним, замша, большое количество металлической фурнитуры	Шерстяной текстиль, натуральная кожа, замша, вышивка бисером, в качестве фурнитуры – деревянные, металлические и костяные изделия

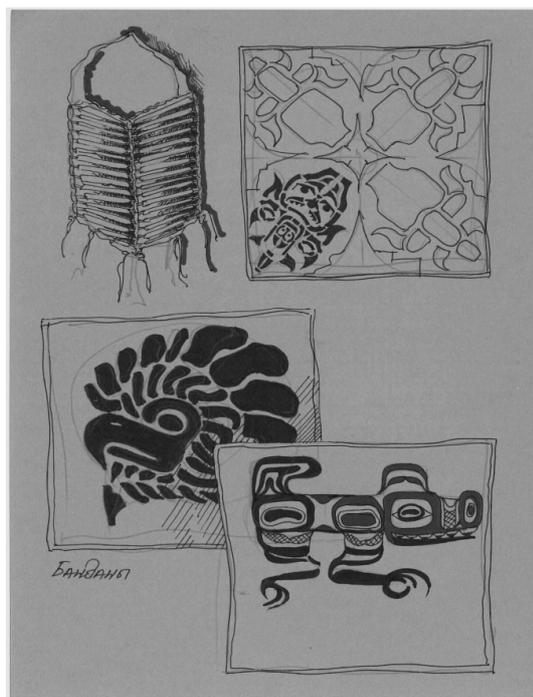
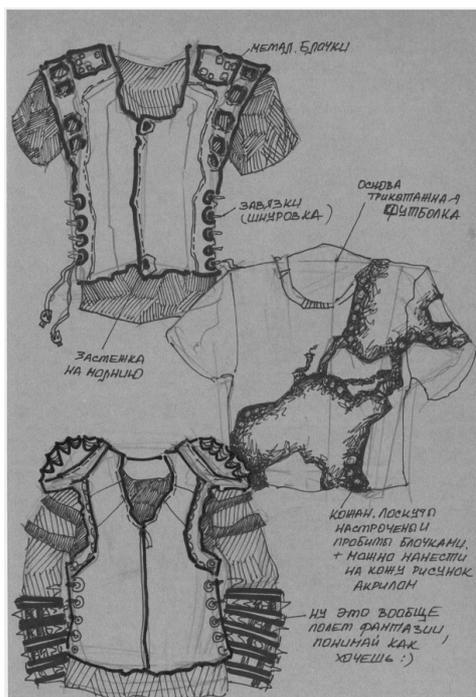


Рис. 1. Эскизы проектируемой коллекции «Стальные мустанги»

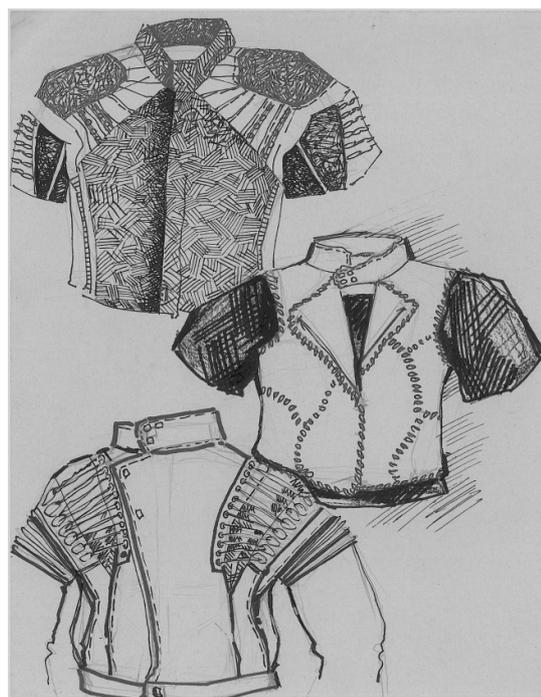


Рис. 2. Эскизы проектируемой коллекции «Стальные мустанги»

1. Стингл, Милослав. Индейцы без томагавков [Текст] / М.Стингл; пер. с чеш. В.А. Каменской, О. М. Малевича; под ред. Р. В. Кинжалова; Предисл. Ю. Аверкиева. – 3-е изд., доп. – М. : Прогресс, 1984. – 454с. : ил.

2. Стингл, Милослав. Тайны индейских пирамид [Текст] / М. Стингл; пер. с чешск. под ред. Р.В. Кинжалова. – М. : Прогресс, 1982. – 248с. : ил.

3. Щепанская, Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры [Текст] : моногр. / Т. Б. Щепанская. – М. : ОГИ, 2004. – 286, [2] с. : ил. – (Нация и культура : Антропология, фольклор).

ИССЛЕДОВАНИЕ КОМПОНЕНТОВ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

А.С. Кирина, студент

Научный руководитель **О.В. Моисеенко**, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель данного исследования – выявить особенности технологий управления и определить компоненты, позволяющие дать наиболее полную характеристику технологий управления персоналом.

В последнее время показатели деятельности ряда российских компаний, оказывающих профессиональные услуги, по многим параметрам заметно приблизились к показателям ведущих международных корпораций. Однако в одном они пока существенно отстают, а именно в эффективном руководстве. В странах с развитой рыночной экономикой руководители давно определили, что управление персоналом – это очень серьезная составная часть деятельности фирмы, потому что работа людей напрямую влияет на эффективность компании.

Если говорить о сервисных фирмах, то специфика работы в сервисе предполагает непосредственный контакт персонала с клиентами, поэтому в управлении сервисной фирмой ещё большее значение играет подход к сотрудникам фирмы, которых необходимо прежде вдохновить. А связующим звеном в этой цепочке являются технологии управления, направленные на формирование удовлетворенности персонала и увлеченности собственным делом.

Технологии управления персоналом, несомненно, играют очень важную роль на предприятии. Так как правильно подобранная технология управления:

- обеспечивает согласованную работу всей системы;
- может способствовать более интенсивной работе и инициативности персонала;
- обеспечивает соответствие заявленному качеству;
- формирует удовлетворенность персонала;
- а отсюда улучшение отношений с клиентами и финансовую эффективность предприятия.

В настоящее время большое количество авторов, как российских, так и зарубежных, предлагают собственную точку зрения к понятию и классификации технологий управления. Причем каждый из авторов подходит к этому вопросу с различных сторон.

Одни характеризуют технологию управления, как мастерство организации работы персонала на достижение целей предприятия, другие подходят с технической стороны технологий управления и рассматривают как последовательность выполнения определенных управленческих операций.

Анализ подходов различных авторов к технологиям управления персоналом, позволил сделать вывод, что среди существующих подходов отсутствует четкая согласованная структура характеристики технологий.

С позиции данного исследования наиболее удачным является подход к понятию и классификации технологий управления Э.А. Смирнова, который предлагает следующее определение и структуру.

Технологии управления – искусство, мастерство и умение руководителя осуществлять управленческое воздействие на персонал для достижения общих и ключевых целей организации.

Управленческие технологии имеют двухъярусную структуру: технологии целевого управления и технологии процессорного управления (Рис. 1).

Технологии целевого управления – это технологии, основанные на приоритете целей над ситуациями. Более наглядно технологии целевого управления можно охарактеризовать, как технологии стратегического управления.

Целевые включают инициативно-целевую, программно-целевую и регламентную технологии.

Процессорные технологии включают: управление по результатам; на базе потребностей и интересов; путем постоянных проверок и указаний; управление в исключительных случаях; на базе «искусственного интеллекта»; на базе активизации деятельности персонала.

Причем технологии целевого и процессорного управления на предприятии не присутствуют сами по себе, отдельно друг от друга.

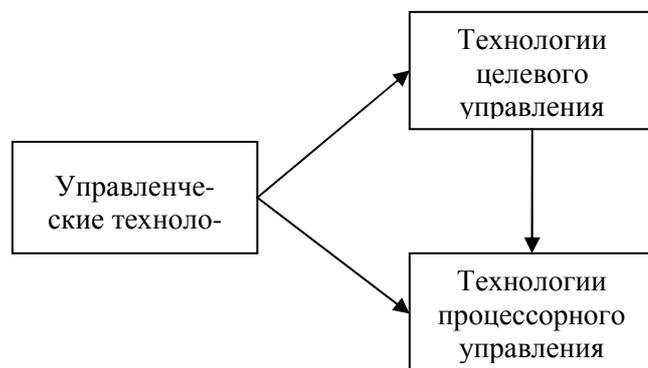


Рис. 1. Состав управленческих технологий

Технологии целевого управления определяют набор технологий процессорного управления. А процессорные технологии, в свою очередь, обслуживают целевые, являясь по отношению к ним инструментарием. То есть, руководителю необходимо сначала определиться с выбором конкретной технологии целевого управления, а затем в качестве инструментария использовать соответствующий ей набор процессорных технологий (Рис. 2).

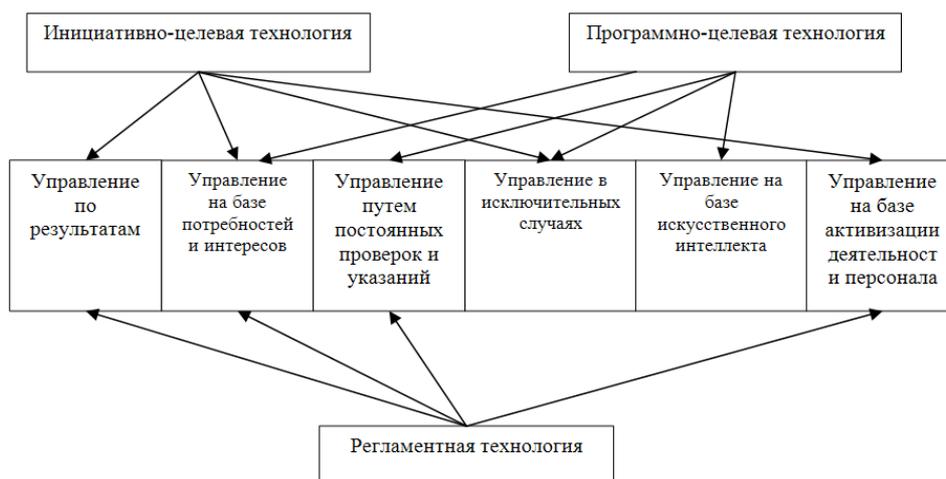


Рис. 2. Распределение технологий процессорного управления с целевыми технологиями.

Вышеописанный подход дает существенное понятие и структуру технологий управления. Однако следует отметить, что данный подход в классификации основывается лишь на трех признаках:

- способы постановки задачи;
- степень свободы действий и инициативности сотрудников;
- организация контроля.

Перечисленных признаков явно не достаточно для анализа и описания применяемой технологии управления на предприятии.

Дело в том, что каждая технология управления имеет различные нюансы. Исследование практических примеров показало, что на предприятии технологии управления могут быть смешанными или не ярко выраженными, а так же могут изменяться по отношению к персоналу различного уровня.

Допустим, руководитель с присущими чертами авторитарности, следуя применяемой технологии управления на предприятии, внешне может выказывать расположение к людям,

делать вид, что прислушивается к мнению персонала, быть приветливым, скрывая за внешними улыбками зоркий контроль или равнодушие.

Отсюда следует сделать вывод, что констатация конкретной технологии на предприятии не является ее полной характеристикой.

Поэтому изучение источников литературы по менеджменту позволило выделить компоненты, дающие более глубокую характеристику технологиям управления персоналом. Выведенные компоненты представлены на Рис. 3.

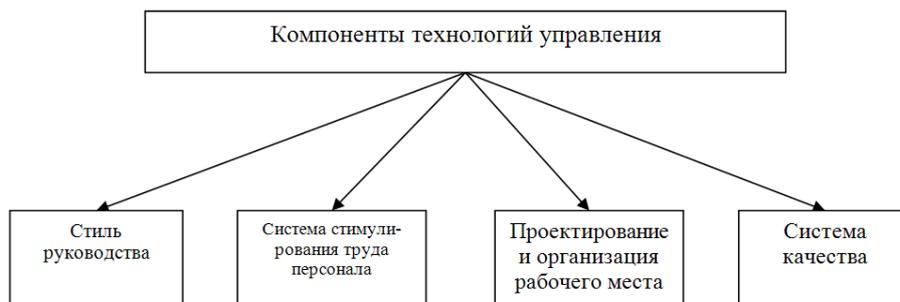


Рис. 3. Компоненты технологий управления

Стиль руководства напрямую влияет на формирование технологии управления персоналом, так как это устойчивый комплекс черт руководителя, проявляющийся в его отношении с подчиненными. Какая бы технология управления ни применялась на предприятии, в любом случае в ней прослеживаются черты присущие руководителю и не всегда технология управления может совпадать с индивидуальными чертами руководителя.

Система стимулирования персонала так же играет немало важную роль в формировании технологии управления, так от применения набора определенных стимулов изменяется система воздействия на персонал, в зависимости от поставленных задач и сложности выполняемой работы.

Рабочее место – это совокупность задач для конкретной должности, непосредственно рабочее место сотрудника и требования, предъявляемые к должности. В различных подходах на предприятии рабочее место проектируют под потенциального работника, либо принимают сотрудника под задачу. В зависимости от того, уделяется ли внимание организации рабочего места или нет, и с каким подходом предприятие подходит к этому вопросу формируется та или иная технология управления персоналом.

Повышение привлекательности самого труда является эффективным средством влияния на поведение работников.

Качество услуги – это способность продавца создать – вначале неосязаемую, но ожидаемую клиентом – услугу, которая соответствует ожиданиям клиента и его уровню требований. Качество услуг определяется суммой свойств и признаков услуги и их способностью соответствовать определенным требованиям.

Внедрение системы качества возможно только, оказывая воздействие на персонал. Например, формирование приверженности и инициативности персонала для улучшения качества или практика жесткого контроля.

В зависимости от того, насколько разработана на предприятии система качества, и на какие ее элементы производится больший акцент, формируется технология управления персоналом.

Анализ и классификация технологий управления представляет собой, по сути дела, анализ и классификацию всей управленческой деятельности (или менеджмента) в целом. Образно говоря, управленческие технологии представляют собой механизм функционирования именно живого существа-организации, поэтому эффективная технология управления крупной организацией всегда в очень большой степени индивидуализирована. А анализ и описание применяемой технологии управления на предприятии является весьма сложным процессом.

ТРАДИЦИОННАЯ ОБРЯДНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

А.Э. Коновалова, студент

Научный руководитель И.С. Кочеткова, канд. истор. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Актуальность проблемы исследования данного вопроса обусловлена реальными потребностями общества в освоении национальных традиций празднично-обрядовых форм культуры как важнейшей полифункциональной ценностной парадигмы современной социокультурной среды.

Цель данного исследования – выявить интерес к традиционной календарной обрядности в современном обществе.

Для анализа значения традиционной календарной обрядности в современной культуре была составлена анкета «Традиционная календарная обрядность в современной культуре».

В ходе анкетирования было опрошено 50 юношей и девушек в возрасте от 18 до 22 лет.

На вопрос: «Какие праздники Вам знакомы», – из предложенного списка традиционных праздников 80% респондентов знакомы с таким праздником как масленица, 58% знают Святки. 18 % респондентов осведомлены о таком празднике как Троица. 34% слышали о празднике Ивана Купала.

94% респондентов знают такой европейский праздник как день Святого Валентина, следует отметить, что день Святого Валентина не является традиционным русским праздником и включен в перечень вопросов с целью анализа, какой из представленных праздников, отмечают и знают в современном обществе – День Святого Валентина или день Святого Петра и Февронии, который совсем недавно провозглашен государственным праздником семьи. Оказалось, что лишь 12% респондентов знакомы с таким праздником как день Святого Петра и Февронии.

На вопрос «Какие традиционные праздники Вы отмечаете» – из предложенного списка традиционных праздников наиболее отмечаемым является Масленица, так ответили 83% респондентов, 61% отмечают день Святого Валентина, 49% Святки. Это говорит о тенденции к росту современной молодежи возвращаться к истокам традиционной культуры.

Масленичные гулянья являются неотъемлемой частью традиционной обрядности. Масленичные гулянья посещают 24% респондентов, 40% масленичные гулянья посещают иногда. 30% респондентов не ходят на массовый праздник.

Главным атрибутом Масленицы из спокон веков являются блины. Большинство респондентов пекут блины на масленицу иногда, так ответили 42% опрошиваемых, 32% пекут блины всегда, и лишь 26 % не пекут блины вообще.

Как известно, каждый день масленичной недели имеет свое название и назначение. По славянской традиции на этой неделе принято ходить в гости и принимать гостей. 22% ходят в гости, 48% приходят на блины иногда, 30% не посещают гостей на масленичной неделе.

Ряжение – обрядовое и игровое переодевание участников календарных обходов на Святки и Масленицу.

42% респондентов не участвуют в ряжении. Лишь 16% опрошиваемых принимают участие, и 40% ответили «иногда».

Самым ярким обрядовым действием, с которого начинались святки, был обряд колядования, представлявший собой театрализованное зрелище, сопровождавшееся пением песен – пожеланий, величием хозяев. Колядовали обычно в ночь на Рождество, на Васильев день, в крещенский сочельник.

Сегодня лишь 22% колядуют на святки, 44 % также колядуют, но иногда. 34% респондентов не колядуют.

Традиция гадать сохранилась до сегодняшних дней, свидетельство этому результат проводимого анкетирования. 30% респондентов гадают на святки, 58% гадают иногда, при этом

большее количество ответов пришлось на девушек, что подчеркивает интерес современной молодежи к своему будущему. Только 12% не гадают.

На вопрос, «Какие традиционные блюда вам знакомы», – из предложенного списка традиционных блюд 89% респондентов знают русский борщ, 100% знают пиццу (данное блюдо не является русским, как и суши, они включены в перечень вопросов с целью анализа в каких из перечисленных блюд осведомлена современная молодежь). Лишь 37% слышали о киселе. 68% опрошиваемых знакомы с таким народным японским блюдом как суши, 65% респондентов знают традиционную русскую кашу. Полученные данные говорят о проникновении в российскую современную культуру питания черт западных и восточных блюд.

Таким образом, в исследования был выявлен интерес молодежи к традиционной календарной обрядности, и не смотря на то, что традиционная культура существует сейчас лишь фрагментарно, многие обычаи и ритуалы ушли из активного бытования, изменился уклад жизни, ее ритм, в обществе возникли другие идеалы, ценности и эстетические установки. Но как мы видим из результатов анкетирования, традиционная обрядность не теряет своей актуальности в современном обществе, респонденты проявляют интерес к истории, культуре своего народа.

-
1. Русские обычаи и обряды: семейные обычаи, календарные обряды, подвижные праздники / авт.-сост. Н.А. Юдина. – М.: Вече, 2005. – 320 с.
 2. Шангина, И.И. Русские праздники. От святок до святок / И.И. Шангина. – СПб., 2004.

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ФИНАНСОВОЙ КОМПАНИИ

Т.Н. Коробова, студент

Научный руководитель **Л.А. Терская**, канд. техн. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Сравнительно недавно у нас в стране почти никто даже не знал словосочетания «корпоративная культура», хотя на самом деле она, естественно, существовала. И в российском понимании – это такая атмосфера фирмы, когда сотрудники чувствуют себя частью компании. Понятие «корпоративная культура» распространилось вместе с развитием конкурентного бизнеса. При этом как ученые, так и консультанты в области бизнеса пришли к выводу о том, что корпоративная культура оказывает непосредственное влияние на все производственные показатели компании.

Целью данной работы является анализ особенностей корпоративной культуры финансовой компании на примере российского банка. Для реализации поставленной цели необходимо было решить следующие задачи: выявить особенности банковской работы и установить, как эти особенности влияют на корпоративную культуру российского банка.

В качестве объекта исследования было выбрано Vip – отделение ОАО «Восточный экспресс банк» (ВЭБ) в городе Владивостоке.

На первом этапе работы для выявления особенностей банковской работы был проведен анализ специальной литературы, специализированных журналов, а также интернет – ресурсов.

Исследования позволили выявить следующие особенности банковской работы: квалифицированный интеллектуальный труд; коллективный характер труда; высокая ответственность; усложнение проводимых операций, внедрение новых компьютерных технологий; строгое соблюдение правил экономической безопасности.

Квалифицированный интеллектуальный труд составляет основу банковской работы и имеет высокий уровень внутрибанковской специализации.

Труд в банке изначально носит коллективный характер, так как один специалист не в состоянии осуществить все операции и услуги.

Ответственность в данной сфере очень велика, поскольку работа связана с деньгами клиентов, поэтому банковский документооборот в основном нацелен на разделение ответственности между исполнителем и управляющим звеном. Любое действие или операция в банковской сфере сопровождается дополнительными документами, имеющими юридическую силу, содержащими коммерческую финансовую информацию. Кроме того, в данной сфере деятельности постоянно усложняется спектр проводимых операций, внедряются новые компьютерные технологии.

Следует отметить, что 90% информации, полученной на рабочем месте, относится к коммерческой тайне. Поэтому особое внимание уделяется экономической безопасности и лояльности персонала.

На втором этапе работы необходимо было установить, как выявленные особенности банковской работы влияют на корпоративную культуру конкретного российского банка – ОАО «Восточный экспресс банк». Следует отметить, что организации, даже имеющие схожую структуру и систему взаимодействия элементов, часто оказываются абсолютно разными по эффективности и результатам деятельности. Основой этих отличий является корпоративная культура как совокупность ценностей, норм и принципов, которая разделяется всеми сотрудниками организации, позволяет идентифицировать организацию во внешней среде и добиться ее внутренней интеграции. Как известно элементами корпоративной культуры являются:

- миссия организации;
- цели организации;
- символы (девиз, логотип, миф, ритуал, традиции, герои);
- ценности организации;
- культура труда (условия труда, социальная ответственность и т.д.);
- поведение и коммуникация сотрудников организации (нормы, правила, этика и этикет, организационный климат и т.д.).

В большинстве случаев банки описывают элементы корпоративной культуры в специальном документе под название Кодекс корпоративной этики, с которым каждый сотрудник знакомится уже при приеме на работу. Кодекс корпоративной этики Восточного экспресс банка является внутренним документом регламентирующим поведение сотрудников в ситуациях связанных с клиентами и партнерами банка и включает в себя свыше тридцати положений.

Анализ положений Кодекса корпоративной этики Восточного экспресс банка показали, что каждая из выявленных особенностей банковской работы в той или иной степени отражена в Кодексе. В большинстве положений Кодекса отражены такие особенности банковской работы как высокая ответственность и коллективный характер труда. В качестве примера можно привести следующие выдержки из Кодекса корпоративной этики Восточного экспресс банка: сотрудники банка не разглашают информацию об операциях, о счетах и вкладах клиентов и деловых партнеров, представителей органов государственной муниципальной власти, а также иные сведения, которые могут нанести ущерб; сотрудник обязан обеспечивать безопасность и защиту информации, относящуюся к коммерческой тайне. Ценностью Восточного экспресс банка является «уважение к человеку» – это уважение мнений других и терпимое отношение к любым различиям между нами, открытое и доброжелательное обсуждение проблем, совместное решение задач компании. Каждый человек заслуживает уважение.

Таким образом, особенности банковской работы отражены в положениях его Кодекса корпоративной этики.

На заключительном этапе работы было проведено эмпирическое исследование, для того, что бы проверить в действительности ли сотрудники Vip – отделения придерживаются положений Кодекса корпоративной этики. Для эмпирического исследования был выбран следующий инструментарий: стандартизированный опросник для оценки корпоративной культуры Камерона, Куинна; опросный лист для оценки силы корпоративной культуры; тест для изуче-

ния социально – психологического климата. Анализ результатов, проведенного эмпирического исследования показал следующее: корпоративной культуры Восточного экспресс банка принадлежит к клановой культуре – это говорит о преданности делу, разделении ценности и цели, сплоченности коллектива, соучастии, организации бригадной работы, доверии друг к другу, традиции, забота о повышении квалификации работников. И в целом сотрудники Vir – отделения Восточного экспресс банка соблюдают положения Кодекса корпоративной этики.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЖЕНСКОГО ОБРАЗА В АКТЕРСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ

Н.А. Короткова, студент

Научный руководитель **Е.В. Ткаченко**, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы проанализировать культурно-исторические аспекты женского образа в актерском творчестве.

Образ женщины реальной и созданной воображением творца можно обнаружить во всех жанрах и видах художественного творчества: от фольклора до самых современных проявлений культурной мысли. По мнению С. Н. Булгакова, «всякий подлинный художник есть воистину рыцарь Прекрасной Дамы». В русской культуре женщина предстает в самых различных ипостасях: тотема, древнеязыческого божества, нередко в роли воительницы, мстительницы, носительницы зла и доброй чаровницы, Богородицы, Царь-девицы, сестры, подруги, соперницы, невесты и т.д. Ее образ бывает прекрасным и безобразным, чарующим и отталкивающим. В целом для русской культуры характерна идея, выраженная Ф. М. Достоевским, о сочетании в женщине «идеала мадоннского» и «идеала содомского».

На уровне обыденного сознания женственность связана, прежде всего, с женщиной как полом биологическим, физически более слабым по сравнению с мужчиной, вследствие чего во многих культурах женщине отведена роль последовательной исполнительницы воли мужчины. Однако при обращении к более широкому контексту этого концепта, как к социальному конструкту, обнаруживается, что понятия женственность и женщина – отнюдь не идентичные.

Социальный конструкт женственности толкуется как социально-культурная категория: идеология, политика, религия, искусство, в частности литература, – инструменты, принимающие активное участие в формировании женственности. По мнению И. Жеребкиной, «женственность не укладывается ни в одну идентификационную форму, будучи всегда больше ее границ и пределов («Родина», «Мать», «Вечная женственность»).

Женственность отождествляется с «женским» и означает снижение социального и культурного статусов, традиционно воспринимаясь как культурно вторичный феномен. «Женское» по сложившейся повсеместно традиции оказывается за границами нормы. То есть стереотипное понимание женственности связано, прежде всего, с гендерным неравенством. Гендерное неравенство в качестве социокультурного конструкта возникло на основе естественных, биологических различий между мужчинами и женщинами. Социальные нормы и роли постоянно меняются во времени, однако гендерная асимметрия остается почти неизменной.

Понимание концепта «женщина» и суть женственности в разные периоды развития человеческого рассматривалось далеко не однозначно. Светлый и темный лики женственности проходят через всю историю как зарубежной, так и отечественной культуры. Но, несмотря на разность толкования этих концептов женское и женщина, как правило, ассоциируются с природным, с тем, что человек (мужчина) стремится покорить, подчинить, направить на службу себе и контролировать. Именно репродуктивные функции женщины сближают ее с природой, то есть оппозиция женского и мужского становится оппозицией природного и культурного. Сообразуясь с традиционными, патриархальными подходами, женственность связыва-

ют с внешней привлекательностью, кротостью, несамостоятельностью, послушанием.

Репрезентацию женственности в истории культуры можно рассматривать исходя из разных оснований:

- в аспекте историко-культурного развития общества: первобытное общество, древние цивилизации, Средневековье, Возрождение, Новое время, Просвещение и т. д.;
- в аспекте ролевых субъектно-объектных отношений в семье: мать, жена, дочь, сестра, невеста;
- в аспекте социально-ролевой презентации в обществе: домохозяйка, работница, руководитель, бизнесмен и т. д.;
- в социально-классовом аспекте: дворянка, крестьянка, мещанка, работница, предприниматель;
- в психолого-деятельностном аспекте: традиционная, героиня, демоническая женщина;
- в аспекте художественно-эстетической презентации женщины в качестве объекта творческого воплощения в литературе, живописи, скульптуре (муза, вдохновительница, чаровница);
- в нравственно-этическом аспекте на уровне символично-семиотическом: «вавилонская блудница», Ева, великая грешница, Святая Магдалина, Святая Мария, Великая Праведница;
- в философско-символическом аспекте: Вечная Женственность, София – Премудрость Божья, Прекрасная Дама, Мать-Сыра Земля, Родина-Мать и т.д.

В современной научной литературе отсчет русской культуры ведется от Крещения Руси, однако это не совсем верно. Древнейшая история славян не совсем ясна, в ней много спорного, но к 1-му тыс. н. э. появляется название «Русь», под которым понимаются славянские племена Восточной Европы. Богатые традиции дохристианской культуры на Руси нашли отражение в фольклоре, в сохранившихся суевериях и наиболее древних ритуалах.

Язычество древних славян тесно связано с широким почитанием материнских культов. Б. Рыбаков, выделил три основных этапа в развитии язычества. Первый этап – упыри и берегини. Берегини – женские персонажи в славянской мифологии, они связаны с двумя понятиями – оберегать посевы и берег водного пространства. Иногда слово «берегиня» означает землю, это древняя богиня земли. Упыри – мужской образ, это исчадие ада, вампиры, сосущие кровь. Упыри и берегини архаические названия двух противоположных начал злого и доброго, мужского и женского.

На втором этапе поклонялись Роду и рожаницам. Род – божество, которое связано с водой, небом и молнией. Он отвечает за все три мира: верхний, небесный, средний – мир человека и природы и нижний. Рожаницы – древние мифические силы плодородия и самой жизни, которые покровительствовали женским работам и отвечали за плодovitость скота и богатый урожай, а также распоряжались судьбой человека. На данном этапе противопоставление мужского – отрицательного и женского – положительного отсутствует. Род и роженицы играют большую роль в жизни славянина, они оба важны.

На третьем этапе славяне молились Перуну, он – бог войны, грозы, грома. Можно отметить еще, что русы-язычники клялись Ярилом, Велесом, Родом, Хорсом. Эта группа божеств связана с плодородием. Из женских имен до нас дошла Мокошь – богиня счастья, Лада – богиня брака и Леля, которая олицетворяла весеннюю зелень, расцвет и обновление природы. Все социально-значимые роли отданы мужским божествам, женские отвечают за домашний очаг, их воздействие на социальное пространство сужено до предела.

В христианской культуре России женское начало онтологически вторично и подчинено мужскому началу. Это просматривается и в православных наставлениях, и в «Поучениях Владимира Мономаха», жившего в XII веке, и в «Домострое» (с XVI до XX в.). Тем не менее, наиболее почитаемой и любимой иконой на Руси была икона Божией Матери, выражение языческого почитания женскому началу.

Ю. М. Лотман выделяет три стереотипа женских образов в русской культуре, которые «вошли в девичьи идеалы и реальные женские биографии». Первый – это образ «нежно лю-

бящей женщины, жизнь чувства которой разбиты», второй – «демонический характер, смело разрушающий все условности созданного мужчинами мира», «третий типический литературно-бытовой образ – женщина-героиня. Характерная черта – включенность в ситуацию противопоставления героизма женщины и духовной слабости мужчины».

Существует несколько подходов в определении стереотипов женского поведения, женских образов, женских ликов. Одна из отечественных исследовательниц проблем, связанных с особенностями самоопределения женщины, Е. Весельницкая, предлагает свои варианты социализации женщин, несколько путей социальной объективности женской сущности: хозяйка, воин, приз, муза. По ее мнению, женщина-хозяйка воспринимает всю территорию, которая находится в ее сфере влияния, как целое, за которую несет ответственность. У женщины-хозяйки «всегда готов и стол и дом». Женщина-воин – это неумная активистка, она обычно не склонна заниматься хозяйством, «дом ее похож на блиндаж, на некое убежище, где можно передохнуть». Основная сфера ее деятельности работа. Общественная деятельность это не только ее хобби, но и форма бытия. Женщина-приз знает себе цену, всегда умеет подать себя, к общественной активности никакой тяги не питает, обыкновенно ждет, когда ее завоюют. Женщина-муза – это источник вдохновений, как правило, для представителей противоположного пола.

В. Н. Кардапольцева в своей книге «Женские лики России» на основе анализа женских образов в религии, философии и в русском искусстве приводит схему стереотипов женских образов, которые распространены в русской культурной традиции, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Стереотипы женских образов в русской культуре

Традиционные женщины	Женщины-героини	Демонические женщины	
Женщина-хозяйка	Женщина-воин	Роковые женщины	
«Крестовые сестры»	Феминистки	Женщины-музы	
«Смирenniцы»	«Пифагоры в юбках»	Женщины-приз	«бесстыжие»
	«Горячие сердца»		«попрыгуньи»

Тип традиционных женщин сформировался на основе национальной народной и христианской традиции. В привычном понимании традиционные женщины это, прежде всего – хозяйки, «домоводки», которые в первую очередь должны нести основную тяжесть домашних забот, связанных с воспитанием детей, ведением домашнего хозяйства, сохранением домашнего очага.

Тип «крестовой сестры», «смирenniцы», безропотно несущей крест своей далеко не всегда благополучной судьбы, наиболее традиционен как для русской жизни, так и для литературы. Жертвенность во имя другого – идеал такой женщины.

По мнению многих литературоведов, тип женщины-страдальницы, молчаливо несущей свой крест, свою неразделенную любовь, хотя и нередко ответную, готовую на самопожертвование, берет свое начало с карамзинской «Бедной Лизы». Однако уже в народной культуре тип женщины, сочетающей в себе грех и святость, искупление своего греха, жертвенность, в определенной степени мазохизм, можно обнаружить у героинь сказок и песен, преданий и легенд.

Тень бедной Лизы и ее фольклорных предшественниц можно обнаружить и во многих произведениях Ф.М. Достоевского. Достаточно часто в его произведениях встречается имя Лиза. Лизавета Ивановна, жертва Раскольникова, в какой-то мере «крестовая сестра» Сонечки Мармеладовой, «вечной Сонечки». Писатель-философ, глубочайший мыслитель Ф.М. Достоевский в романе «Преступление и наказание» еще более усилил идею жертвенности, тяжелого, почти непосильного креста, но все-таки любым путем одолеваемого русскими женщинами. В критической литературе подобные женские образы, представленные писателями русской классики, относят к идеалу женского характера, наполненного высокой одухотворенной красотой. Мотивы обманутой любви, крушения иллюзий, греха и святости, жертвенности, искупления, можно встретить также в рома-

нах Л.Н. Толстого. Н.С. Лесковым дана целая галерея типичных женских характеров из народного, купеческого и дворянского быта. Жертвенность характерна в определенной степени и для тургеневских героинь, подобные же типы обнаруживаются и в романах И.А. Гончарова, И.С. Тургенева.

Литература не только XIX века, но и XX века повествует о женщинах, несущих свой непосильный крест судьбы по жизни, свои «земные печали». Тень «нежно любящей женщины, жизнь и чувства которой разбиты», можно обнаружить во многих рассказах И.А. Бунина («Дурочка», «Таня», «Визитные карточки», «Галя Ганская», «Антигона»).

Подобный мотив очевиден и в стихотворении А. Блока «На железной дороге», которое в определенной степени перекликается с некрасовской «Тройкой».

«Крестовые сестры» встречаются в произведениях Б. Зайцева, А. Солженицына, В. Распутина и у многих других писателей, повествования которых представляют собой «книгу бытия» русской женщины. «Крестовые сестры», «смиреницы» составляют сущностные особенности традиционной российской женщины.

Тип «женщины-героини», «женщины-воительницы», совершающей подвиг мужества, история знает еще с древности. Сохранились предания об амазонках, одерживающих сокрушительные победы над мужчинами. Русская история, русская культура знает немало имен женщин-героинь в самом разном понимании этого слова. Древнерусские былины знают лучших стрелков из числа женщин (жена Дуная). В русском фольклоре XIII–XV вв. в одной из исторических песен упоминается об Авдотье Рязаночке, простой горожанке, которая совершает подвиг, проявляя при этом мудрость, терпение, душевную стойкость. В древнерусской литературе предшественницей этой женщины-героини можно считать Ярославну из «Слова о полку Игореве». По мнению Е. Осетрова исследователя древнерусской культуры, образ Ярославны проявляется в разных столетиях: во времена татарского ига ее звали Авдотьей Рязаночкой, в период Смутного времени – это Антониды, благословившая своего отца Ивана Сусанина на ратный подвиг, «в памятном 1812 году» – это старостиха Василиса. Многим известно имя Надежды Дуровой, кавалерист-девицы, участницы и героини войны 1812 года. Не менее героична еще одна женщина, Мария Бочкарева, под «предводительством» которой женщины в ночь октябрьского переворота защищали Зимний дворец.

Поистине героическими женщинами в полном понимании и толковании этого слова можно назвать жен декабристов, отправившихся за своими мужьями в суровые условия ссылки, разделив их далеко не уютную и спокойную судьбу, лишившись всех привилегий. Княгиня Е.И. Трубецкая, А.Г. Муравьева, графиня Е.П. Нарышкина, А.В. Ентальцева, Н.Д. Фонвизина, П.Е. Анненкова, М.К. Юшневская, А.В. Розен, К.П. Ивашева героически делили с мужьями все тяготы жизни.

Тип женщины-героини, способной ни в чем не уступать мужчине, и, если понадобится, даже во многом противопоставить себя духовной слабости мужчины, можно найти во множестве художественных явлений русской культуры: от той, что «коня на скаку остановит», созданной фантазией словесного творчества, до той, что стоит вместе с рабочим на высоком постаменте, олицетворяя образ неутомимой и не сломленной никакими невзгодами труженицы-колхозницы. В русской литературе истоки этого типа идут от Веры Павловны Кирсановой, героини произведения «Что делать?», созданного одним из первых русских социалистов-утопистов Н. г. Чернышевским.

Тема женской эмансипации стала одной из ведущих в русской литературе, что давало возможность писателям более гневно критиковать устои современных порядков, выражая чаяния всего народа, подчеркивая тем самым социальное значение деятельности мастера художественного слова. Творчество И. А. Гончарова, И. С. Тургенева, Ф. М. Достоевского, Л. Н. Толстого, А. Н. Островского тоже не обошло эту тему. Вечный вопрос «Что делать?» повторится во многих классических и менее образцовых произведениях русской литературы. Напряженная борьба нового со старым «в растущем самосознании молодой женщины» объединяет героинь этих произведений. Только в 60-е годы у русской женщины появилась возможность реализовать свои идеалы, что нашло отражение в литературе. Как правило, драматический конфликт многих произведений основан на том, что сильная и решительная героиня

ня находит необходимые силы, чтобы кардинально изменить свою жизнь, тогда как слабый герой готов вести борьбу лишь на словах.

В русской классической литературе можно найти и несколько иные идеалы героинь, так называемые «горячие сердца», рушащие привычные нормы женского поведения. Подобные образы наиболее наглядно представлены в произведениях русского драматурга второй половины XIX века А. Н. Островского. В его пьесах выведены такие яркие и несколько непривычные для стереотипов женского поведения личности, как Лариса Огудалова, Снегурочка, Катерина. Эти героини отличаются неукротимым стремлением к воле, свободе, самоутверждению. Близка к героиням А. Н. Островского и Грушенька из повести Н. С. Лескова «Очарованный странник», Саша из драмы А. П. Чехова «Иванов».

Тип женщин демонической направленности, мало исследованный и в искусствоведении, и в философии искусства, наиболее разнообразный и разноликий тип женского поведения и отношения к окружающему. Именно в этом типе с большей наглядностью проявляются качества диаметрально противоположные: «мадоннские», «богородичные» и «содомские», «дионисийские». В большей степени подобные особы во все времена у всех народов являли собой неисчерпаемый источник вдохновения мужчины, вдохновляя на создание величайших творений в области литературы, изобразительного искусства, музыки, в сфере научной мысли. Любопытны суждения Н. А. Бердяева о роли женщины-музы в жизни творческой личности, которые он излагает в своей работе «Метафизика пола и любви». По мнению философа, женщина вдохновляет мужчину к творчеству и через творчество тот стремится к целостности, хотя не достигает ее в земной жизни; «мужчина всегда творит во имя Прекрасной Дамы». То, что влюбленность в Прекрасную Даму рождает вдохновение, это истина, которая является для большинства неоспоримой.

Однако наряду с возвышенным образом женщины-музы та же самая женщина может играть и демоническую, роковую роль в судьбе ее почитателя и обожателя. В таких женщинах нельзя наверняка быть уверенным: ни в словах, ни в чувствах, ни в действиях. Они всегда поступают как бы наперекор нормальной логике, точнее, наперекор тому, чего от них ждут. Они нередко являются разрушительницами домашних очагов, судеб. Именно поэтому они относятся к роковым, демоническим женщинам, обладающим каким-то мистическим ореолом, но в то же время являющиеся и вдохновительницами.

Демонических женщин в то же время можно назвать женщинами-призами, снисходительно позволяющих завоевывать себя и награждать собой победителей. Они относятся к себе как к некоей высшей и незыблемой ценности культуры, не зависящей ни от экономических, ни от политических бурь времени. Мотив получения женщины-приза не нов в мировой художественной литературе, он берет свое начало из народного фольклора, сказки, мифологии. Известно множество сюжетов, когда приходилось завоевывать избранницу самыми разнообразными ухищрениями, да еще и получив в придачу не менее полцарства.

К демонически-роковому типу женщин относят также тех, которые, возможно, и не сыграли роковой роли в жизни представителей противоположного пола, но своим поведением, отношением к окружающим являли пример порочного непостоянства, деформируя, а порой даже ломая судьбу тех, кто был с ними рядом. У А. М. Ремизова в «Крестовых сестрах» подобный тип назван «бесстыжими», у А. П. Чехова – «попрыгуньи». В сатирическом рассказе М. Зощенко «Бедная Лиза» представительницы этого рода изображены в несколько гротесковой форме.

В русской литературе представлены разнообразные женские образы, которые воплощают в себе тот или иной конструкт понятия «женственность». Большая часть этих образов ведет свои начала из народной культуры или опирается на христианские представления о качествах женщины. В любом случае, стереотип женственности, переходя из произведения в произведение не только литературы, но и живописи, драматургии, обогащается, сохраняя свои традиционные черты и обретая новые, созвучные культурной эпохе и социально-духовным особенностям своего времени.

МОДЕЛИ ГОСТИНИЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В МИРЕ: АНАЛИЗ ШКОЛ ОТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА

К.С. Красовская, студент

Научный руководитель Г.А. Гомилевская, канд. экон. наук,
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В условиях более тесного взаимодействия национальных экономик или их интеграции в пути к глобализации мира правительства стран вынуждены сообща проводить политику в области образования. Интенсифицируются международные отношения в сфере образования: они направлены на качество и доступность образования, обеспечение признания эквивалентности дипломов, преодоление национальных барьеров. Поэтому изучение зарубежных моделей подготовки кадров для гостиничного бизнеса актуально в связи с интеграцией России в мировое образовательное пространство. Основные инструменты развития Общеευропейского пространства высшего образования (ОЕПВО) в рамках Болонского процесса представлены на рисунке 1.

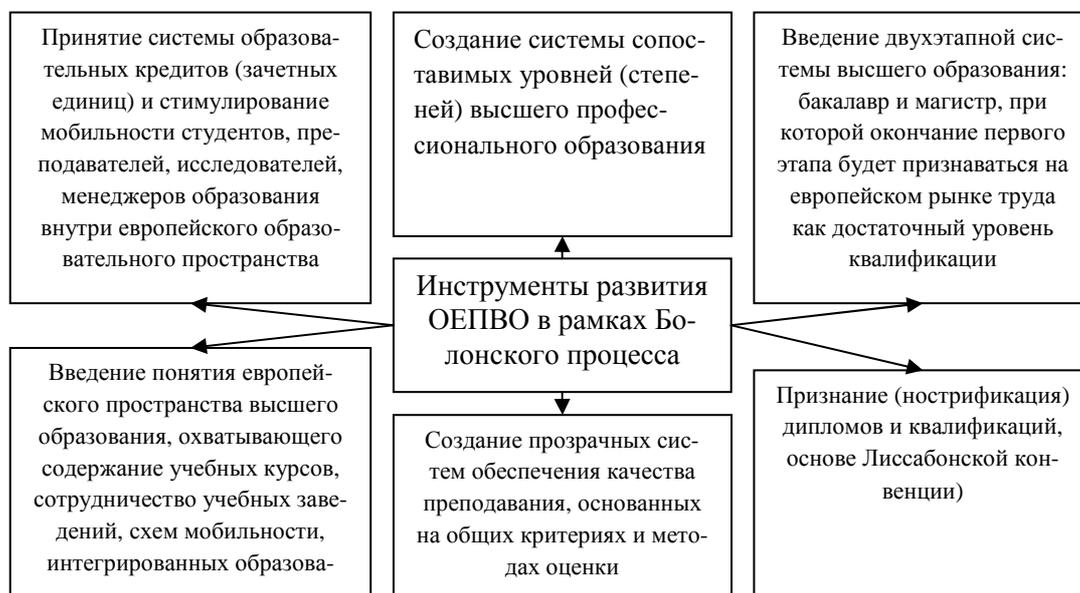


Рис. 1. Инструменты развития Общеευропейского пространства высшего образования в рамках Болонского процесса

Из рисунка видно, что развитие ОЕПВО направлено не на изменения в системах образования, а на взаимную интеграцию образования и мобильность выпускников в пределах европейского пространства. Болонский процесс не носит целью унифицировать образование, он направлен на взаимное признание прав студентов, выпускников и специалистов свободно выбирать место учебы, стажировки, работы. Копенгагенский процесс инициирован с целью обеспечения возможностями получения образования в течение всей жизни (концепция непрерывного образования). Его составляющие представлены на рисунке 2 [1].

Таким образом, анализируя вышесказанное, можно утверждать о формировании новой Европейской системы образования. Данная система с точки зрения подготовки кадров в гостинично-ресторанном бизнесе имеет преимущество подготовки двух уровней персонала: линейного, причем высококвалифицированного (бакалавры), и топ-менеджмента (магистры), с использованием инновационных технологий. В настоящее время инновационная инфраструктура в гостиничной индустрии активно развивается во всем мире, тем не менее, центром инновационных форм туристского и гостиничного образования является Европа [2].

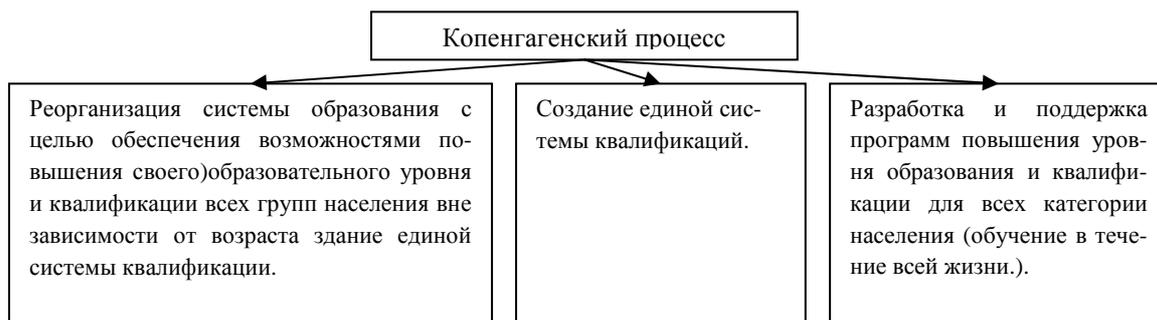


Рис. 2. Составляющие Копенгагенского процесса

Согласно данным Европейской ассоциации образования Eurodir типичными представителями европейского образования являются [3]:

Немецкая система – специалист-практик;

Английская система – менеджер-теоретик;

Французская система – профессиональные навыки плюс базовые теоретические знания.

Такие страны как Швейцария, Голландия, Ирландия, Австралия, Новая Зеландия также являются ведущими по внедрению инновационных методов обучения гостиничному бизнесу.

Основными учебными заведениями, готовящими кадры для гостинично-ресторанного бизнеса в Европе являются школы. Школы гостиничного и туристского менеджмента за рубежом – это особый тип учебных заведений. Как правило, в качестве базы они используют бывшие или действующие отели. Существует две модели образования в гостиничных школах: обучение на базе школы и стажировка в ведущих высококлассных предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса (широко используется в Америке) и обучение и стажировка на базе школы-отеля (Швейцарская модель, используется как в чистом, так и в смешанном виде). Первая в мире школа гостиничного менеджмента появилась в Швейцарии, поэтому Швейцарская модель является эталоном подготовки в этой области, здесь находятся самые престижные в мире школы гостиничного и туристского менеджмента [5]. Кроме того, Швейцария является признанным лидером в области использования инновационной гостиничной инфраструктуры в сфере образования в Европе [6]. Здесь практической базой гостиничного образования являются обучающие отели (отель НМ в структуре школы ИНТТИ, отель SHMS); традиционные отели в Швейцарии и других странах (школы НТМ, CRCS, Glion); целый учебный курорт (школа SHMS University Centre Leysin). SHMS, одна из самых больших швейцарских школ занимает Ко Палас (Caux Palace) – бывший первый пятизвездочный отель Швейцарии. Школа входит в Swiss Hotel Schools Association (ASEH) – национальную ассоциацию школ гостиничного менеджмента. Кроме того, здесь можно получить диплом Американской ассоциации отелей и мотелей (АН&МА) – документ об образовании, признанный во всем мире. Школа оснащена тремя тренировочными кухнями, двумя ресторанами, компьютерным классом со специальными программами [5]. Международная школа гостиничного менеджмента DCT в Люцерне предлагает разные программы обучения: от традиционной Diploma in Hotel&Tourism Management (гостиничный и туристский менеджмент) до European Culinary Arts (программа подготовки профессиональных поваров и кондитеров). Сеть школ Hotelconsult Cesar Ritz Colleges использует такие же высокие стандарты обучения, как и качество обслуживания в отелях Ritz. Объединение включает четыре школы на трех континентах. В учебном плане совмещаются развитые швейцарские традиции гостиничного хозяйства и сильные стороны американской науки менеджмента. В Голландии также расположены известные в сфере гостиничного образования школы [7], одна из которых UPE действует на базе гостиницы и имеет широкую сеть филиалов в Катаре, ЮАР, Таиланде и Китае. Или Christelijke Hogeschool Noord CHN University of Professional Education [5]. Интересным видится также опыт Ирландии в использовании инновационной гостиничной инфраструктуры в образовательном процессе, где, к примеру, на базе американского колледжа в Дублине предоставляется макси-

мальное время практической подготовки по сравнению со всеми исследованными нами инновационными структурами в гостиничной сфере. Много школ расположено в Австралии и Новой Зеландии. Например, Blue Mountains International Hotel Management School (Австралия) располагается в корпусах бывшего трехзвездочного отеля [5].

Туристское образование в странах Азии имеет тенденцию заимствования образовательных программ США и европейских стран. Так, образовательная система в туризме и гостиничной сфере Кореи, как одной из наиболее развитых в Северо-Восточной Азии, характеризуется большой численностью различных учебных заведений [8], однако до сих пор не имеет ясного понимания требований к работнику туристской индустрии [9]. В Китае программы в туристской сфере предоставляют 1100 учебных заведений, однако процент занятых в туризме со средним профессиональным образованием и выше составляет всего 24%. В Индии лидер туристского образования институт гостиничного менеджмента SARVA активно взаимодействует с гостиничной ассоциацией США, а в странах Ближнего Востока наиболее представительным считается Институт подготовки специалистов, научных исследований и оперативных консультаций в сфере туризма (INSTROST), который сотрудничает с университетом в Страсклайде (Великобритания).

Анализ сайтов гостиничных школ показал, что все зарубежные школы делают ставку на продолжительные стажировки, а также используют формы занятий, дающие возможность применять на практике полученные теоретические знания: деловые игры, работа с бизнес-кейсами, лабораторные занятия и др. Гостиничные школы используют в образовательном процессе как традиционные формы обучения (лекционные и аудиторные занятия), так и практические занятия на современных средствах обучения (лаборатории), а также практические занятия в учебных ресторанах и гостиницах. Кроме того, предоставляются продолжительные оплачиваемые стажировки (по 4-6 месяцев) на базе самих школ-отелей, а также на базе ведущих отелей и смешанно.

Таким образом, анализ гостиничных школ показал, что сильными сторонами европейского профессионального туристского образования являются:

1. Чередование теоретических и практических занятий, которые могут реализовываться как в тренинговых центрах при образовательных учреждениях, так и непосредственно на производстве в форме ученичества или стажировок, предусмотренных учебной программой.
2. Сосредоточение при образовательном учреждении специализированных учебно-практических подразделений или тренинговых центров, характеризующихся наличием специально оборудованных и предназначенных как для обучения, так и для реальной работы баров, ресторанов, гостиниц, туристских компаний.
3. Тесная взаимосвязь туристской индустрии с образовательными учреждениями.
4. Непрерывное расширение и обновление преподаваемых дисциплин, адаптированных для каждого уровня профессиональной подготовки. Приоритет отдается базовой профессиональной практической подготовке (интенсивные курсы, летние школы, тренинг-семинары и др. виды образовательных услуг).
5. Гибкость, последовательность обучения, введение инновационных образовательных программ и методов (дистанционное обучение, обучение в форме накапливаемых «кредитов», неполный учебный день с последующими практическими занятиями и т.д.

Таким образом, анализ зарубежного опыта подготовки специалистов позволяет сделать вывод о том, что существует сложившаяся система европейского образования, имеющая важные особенности, которые могут быть адаптированы к российской системе образования и использованы для повышения эффективности подготовки кадров, признания российского образования за рубежом, а также повышения престижа российского образования на мировом рынке труда.

-
1. Христоробова Н. Е. Теоретические и учебно-методические проблемы инновационного образования и формирования инновационного мышления / Н.Е. Христоробова // Экономика, статистика и информатика. – 2009. – № 4. – С. 44-48

2. Гуляев, В. г. Туризм: экономика и социальное развитие / В. г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, – 2003. – 34 с.
3. Белая книга. Еврообразование / EURODIP.; пер. с англ. – М.: Стратегия, 2003. – 52 с.
4. Саун, Л. В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира / Л. В. Саун [Электронный ресурс] / Туристическая библиотека. – 2004. – Режим доступа: http://www.tourlib.net/books_tourism/sakun.htm
5. Абитуриент
6. Алексеенко, А. В. Высшее образование в Швейцарии / А. Алексеенко // ОТЕЛЬ. – 2007. – № 5. – С. 60-66.
7. Алексеенко, А. В. Гостиничный менеджмент: made in Holland / А. Алексеенко // ОТЕЛЬ. – 2007. – № 7. – С. 68-74.
8. Боровская, Н. Е. Образовательное законодательство и управление образованием в Корее / Н. Е. Боровская // Образовательные системы и образовательное законодательство государств Востока. – 2005. – №12. – С.10-13.
9. Ким, Е. В. Высшие учебные заведения в Корее в условиях совместного управления центров и регионов / Е. В. Ким // Проблемы Дальнего Востока. – 2007. – №2. – С.13-18.
10. Европейская система образования проигрывает азиатской модели [Электронный ресурс] / Всеобуч.ру. – 2009. – Режим доступа: http://www.edu-all.ru/pages/full_news.asp?idnews=530.
11. Чернышев, А. В. Подготовка кадров в индустрии гостеприимства: из опыта ОАО «Учебно-тренинговая гостиница» / А. В. Чернышев // ОТЕЛЬ. – 2008. – №8. – С. 27-30.
12. Чернышев, А. В. Основные направления развития практического образования / А.В. Чернышев. – М.: ТЕРРА, 2007. – 310 с.
13. О развитии в городе Москве системы подготовки и повышения квалификации кадров для туристско-гостиничного комплекса столицы [Электронный ресурс] / Businesspravo.ru. – 2007. – Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_119371.html.

СТУДЕНТЫ ОБ ИМИДЖЕ ГОРОДА

Е.Е. Кукина, студент

Научный руководитель **И.С. Кочеткова**, канд. истор. наук, доцент кафедры сервиса и моды
Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В самом широком смысле имидж города можно определить как совокупность характеристик города от ассоциаций и образов, отраженных в сознании людей, до бытовых условий жизни. Представление о городе может формироваться вследствие личного опыта (в результате проживания на его территории) или опосредованно (со слов друзей и знакомых, из материалов СМИ) [1]. Имидж города представляет собой совокупность ощущений и убеждений людей, которые возникают в результате непосредственного взаимодействия с политической, экономической, социальной и культурной средой, сложившейся в городе [2].

Для выяснения мнения об имидже города были опрошены две группы студентов: жители Владивостока и приезжие.

На вопрос хотели бы Вы жить во Владивостоке «Да» ответили 60% местных студентов и 66% приезжих студентов.

Имидж города, как и любой другой территории, складывается из положительных и отрицательных сторон. Среди отрицательных сторон преобладают плохие дороги и пробки, что отметили 32% и 24% местных и приезжих студентов соответственно. Видимо дорога на учебу и обратно является очень ярким впечатлением. Студенты обращают внимание на плохую экологию и грязь в городе это 27% приезжих и 20% местных студентов.

Привлекательные стороны города? В первую очередь для молодежи важна развлекательная сторона города и только после неё культура и история Владивостока. Мнения приезжих и местных студентов различаются. Жителей Владивостока больше привлекают развлечения

(50%), а вот приезжих студентов меньше (42%). Исторические памятники города больше привлекают приезжих (30%), чем местных студентов (24%).

В целом положительное отношение к образу города показали 58% местных студентов и 70% приезжих студентов.

Таким образом, можно выявить, что наиболее привлекательная черта города Владивостока для студентов это его сфера развлечений: кинотеатры, различные концерты и кафе. Большинству студентов нравится город, в котором они живут, но, к сожалению, город, в первую очередь, ассоциируется с плохими дорогами и пробками, а также плохой экологией. В целом имидж города в части его инфраструктуры воспринимается положительно. Имидж города, являясь субъективным ощущением живущих в нем людей, требует постоянных усилий, направленных на его поддержание и совершенствование.

1. Образ, имидж, бренд и репутация региона – что это такое? [Электронный ресурс] / Region PR. / Электронный журнал. – 2010. – №45 – Режим доступа: <http://www.regionpr.ru/page122.html>.

2. Линч К. Образ города / К. Линч; пер. с англ. В.Г. Глазычева, под ред. А.В. Иконников. – М: Стройиздат, 1982. – 328 с.

СИСТЕМА УНИВЕРСАЛЬНЫХ ГРАФИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ В ДИЗАЙНЕ УПАКОВКИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ УМЖК «ПРИМОРСКАЯ СОЯ»)

А.Ю. Куклин, студент

Научный руководитель **Л.Л. Вахрушева**, доцент кафедры дизайна

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Большое количество новых товаров и упаковки заставляет производителей искать нестандартные приёмы повышения привлекательности и узнаваемости своего продукта. Ускорение темпа современной жизни, сокращение времени на принятие решений о покупке требуют более тщательной идентификации продукции компании в ряду конкурентов. Это обуславливает необходимость разработки универсальных графических систем, которые позволили бы проектировать привлекательную упаковку, способную мгновенно обратить на себя внимание и донести основную информацию до потребителя. В рамках данной статьи автором рассматривается проектирование такой универсальной системы.

Целью работы является разработка системы универсальных графических элементов фирменного стиля и упаковки продукции компании «Приморская соя» в г. Уссурийске Приморского края. Комплексное использование такой системы позволит сформировать уникальность компании и её продукции, обеспечить узнаваемость продукции компании, её отстройку от конкурентного окружения, а также сформировать образ современного, динамично развивающегося предприятия.

Закрытое акционерное общество «Уссурийский масложиркомбинат «Приморская соя» является одним из флагманов перерабатывающей промышленности Дальнего Востока России. Стратегия предприятия направлена на производство и реализацию качественной продукции. УМЖК «Приморская соя» постепенно превращается в сельскохозяйственный холдинг, в котором присутствует полный цикл – от выращивания сырья до реализации продукции потребителю.

В 2010 году на предприятии было принято важное стратегическое решение – всю новую продукцию выпускать под единой торговой маркой Soya Company. Новое лицо комбината

должно найти отражение и в фирменном стиле, и в оформлении продукции компании. Возникла необходимость в том, чтобы вся продукция предприятия была узнаваемой, но в то же время чтобы оформление было разнообразным.

В связи с этим решением было определено два важных момента для разработки фирменного стиля и упаковки продукции:

Ключ к бренду – соя, современный полезный экологически чистый продукт. Именно соя должна быть обязательно отражена в фирменном стиле предприятия.

Переработка сои – это тот вид деятельности, благодаря которому предприятия прошло путь длиной более 80 лет. В то же время перспективы развития предприятия могут быть связаны не только с соей. И это накладывает определённые ограничения на использование образа сои в фирменном стиле. Фирменный стиль должен связать воедино традиционный для предприятия вид деятельности – переработку сои – и вектор развития современного предприятия с огромным потенциалом, причём не только в пищевой промышленности. Что касается продукции предприятия, то большая её часть напрямую с соей не связана, хотя и содержит в своём составе продукты её переработки, поэтому в оформлении продукции также есть существенные ограничения на использование образа сои.

Упаковка продукции предприятия не может быть оформлена в едином стиле, так как упаковка каждого продукта решает свои задачи – нацелена на определённую целевую аудиторию и находится в отличном от других продуктов конкурентном окружении. Тем не менее, необходимо связать упаковку с фирменным стилем компании и выработать единую систему идентификации всех носителей фирменного стиля предприятия, включая упаковку продукции.

Для решения задачи по созданию единой системы идентификации всех носителей фирменного стиля компании, включая упаковку, мы разработали систему универсальных графических элементов декоративного оформления носителей. Она состоит из подсистем, способны становиться самостоятельным элементом оформления, а также могут взаимодействовать друг с другом (Рис. 1).

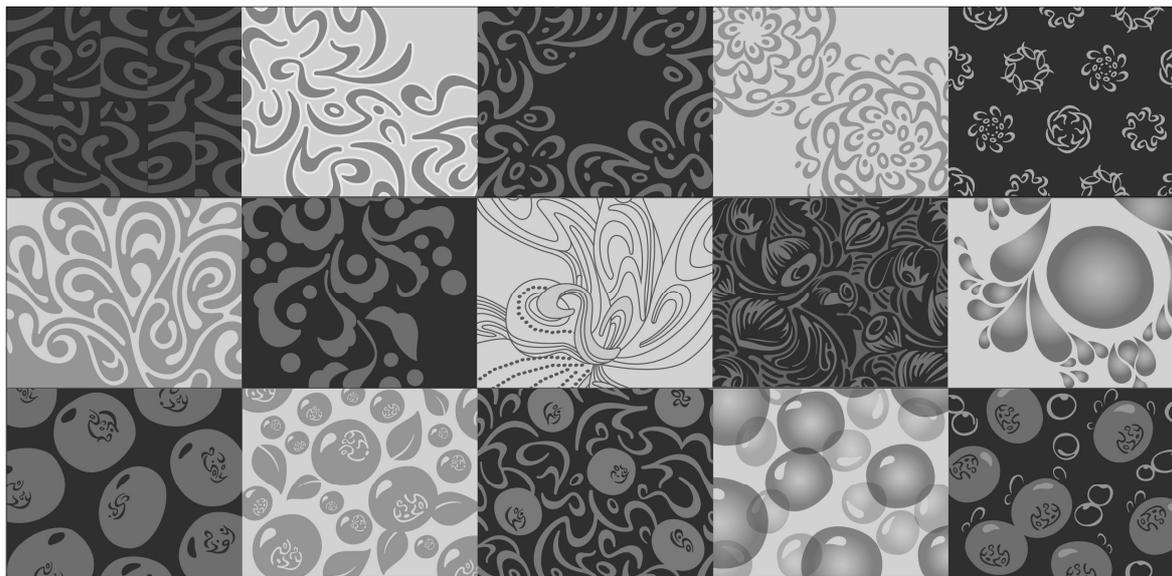


Рис. 1. Подсистемы графических элементов

В нашем случае основой системы графических элементов стали знаки логотипа компании Soya Co. и образ сои. На основе этих двух базовых элементов были созданы подсистемы, образующие универсальную систему графических элементов.

Первая подсистема включает узоры, состоящие только из знаков логотипа Soya. Co. Для оформления носителя фирменного стиля или упаковки может использоваться одновременно несколько узоров и орнаментов.

Стилизованные зёрна сои легли в основу второй подсистемы графических элементов. Причём на каждом зерне присутствует элемент, состоящий из перекомпонованных знаков логотипа. С этого и начинает проявляться взаимодействие первой и второй подсистем.

Для решения задач по упаковке продукции могут понадобиться и другие образы, выходящие за рамки знаков логотипа и зёрен сои. Однако принцип декоративного орнамента становится узнаваемым элементом носителей фирменного стиля и продукции предприятия, в который могут быть встроены другие образы. Третья подсистема содержит семейство узоров для оформления упаковки продукции (Рис. 2).



Рис. 2. Пример оформления продукции

Каждый узор имеет свою определённую область применения. В общей системе присутствует такое количество узоров, которое позволяет решить практически любую задачу по оформлению упаковки или носителя фирменного стиля. Взаимодействие подсистем узоров расширяет области применения системы визуальных элементов. Узоры раскрываются в фирменных цветовых гаммах по определённым законам. Цветовые гаммы подобраны таким образом, чтобы качественно решать любую задачу.

Следует особо отметить, что одной из важнейших констант фирменного стиля является цвет. Именно цвет, а не форма, в первую очередь воспринимается человеком.

Мы разработали стандартизированную систему цветов, что позволяет создавать разнообразные графические серии для внедрения их в массовое производство за короткое время.

Основным фирменным цветом, который используется в оформлении, является жёлто-оранжевый, солнечно-янтарный. Это с одной стороны цвет сои перед уборкой урожая, с другой – цвет одного из основных продуктов комбината – соевого масла. Оттенки жёлто-оранжевого цвета используются в сочетаниях с оттенками тёплого серого цвета различной степени светлоты. Дополнительными фирменными цветами являются светлые и неоновые оттенки салатного, а также цвета крафт-бумаги (в сочетании с фактурой), подчёркивающие натуральность и экологическую безопасность продукции предприятия.

Использование неоновых цветов позволяет передать образ современной компании и обращаться к молодой аудитории, что важно для товаропроизводителей, потому что через несколько лет молодёжь превращается в постоянных покупателей, и важно установить с этой группой контакт заранее, сформировать лояльность к бренду.

Декоративный принцип оформления упаковки и носителей фирменного стиля задаёт определённый вектор развития фирменного стиля предприятия «ЗАО УМЖК «Приморская соя». Принцип построения узоров и объединения их в подсистемы позволяет в будущем разработать новые подсистемы узоров, которые могут быть встроены в существующую систему. Таким образом, мы получаем фирменный стиль, способный к развитию и совершенствованию, не требующий кардинального рестайлинга.

Таким образом, разработав и внедрив в реальное производство систему универсальных графических элементов фирменного стиля мы получили эффективный инструмент для решения самых разноплановых задач предприятия «ЗАО УМЖК «Приморская соя» в области графического дизайна. Благодаря этому инструменту сегодня можно быстро и качественно оформить выставочный павильон, разработать любую полиграфическую продукцию, найти решение для оформления упаковки любого продукта.

ОЦЕНКА ВОСПРИЯТИЯ УСЛУГ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С УЧЕТОМ КОНЦЕПЦИИ ТВОРЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ

О.В. Листопадова, студент

Научный руководитель **О.В. Моисеенко**, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель данного исследования – анализ потребительского спроса на дополнительное образование, а также доступность и качество услуг данного вида.

Современное общество предъявляет к человеку всё более высокие требования. В условиях роста социальной конкуренции необходимо уметь творчески применять те знания и навыки, которыми он обладает; уметь преобразовать деятельность таким образом, чтобы сделать её как можно более эффективной.

Творчество – неотъемлемая часть воспитания ребенка. Многие педагоги и психологи, изучающие творческое развитие детей выяснили, что творческие способности помогают человеку достичь успеха в жизни, стать гармоничной, инициативной личностью, быть способным к самосовершенствованию.

Для выявления актуальности предоставления услуг дополнительного образования детей, на данный момент, необходимо проанализировать следующие пункты:

1. Понимание родителей о необходимости услуг данного вида.
2. Объем предоставляемых услуг.
3. Качество предоставляемых услуг.

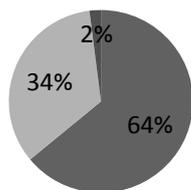
Для понимания необходимости творческого развития и дополнительного образования в восприятии родителей был проведен опрос среди 100 человек имеющих детей в возрасте от 6 до 11 лет, были получены следующие результаты.

На вопрос: Что такое творчество для человека, и имеет ли оно смысл для него?

Голоса респондентов распределились следующим образом: творчество – мой смысл жизни – 64%, творчество необходимо – 34%, не вижу в творчестве смысла – 0% и затруднились в ответе 2% (Рис. 1).

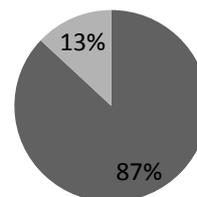
Из полученных данных можно заметить, что большее количество опрошиваемых сами занимаются творчеством или видят его положительное стороны.

На вопрос: Как влияет творческий процесс на детей? Респонденты ответили что – положительно и активно развивает его – 87 %, положительно – 13%, отрицательно – 0%, затруднений в ответах не было (рис. 2).



- Творчество - мой смысл жизни
- Творчество необходимо
- Не вижу в творчестве смысла
- Затрудняюсь ответить

Рис. 1. Отношение к творчеству



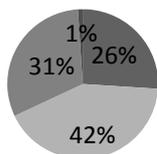
- Положительно, активно развивает его
- Положительно
- Отрицательно
- Затрудняюсь ответить

Рис. 2. Влияние творчества на детей

Таким образом, можно сказать, что родители понимают необходимость творчества для ребенка, это говорит о том, что они хотят творчески развивать своих детей.

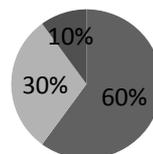
Так как основное занятие детей с 7 лет является обучение в школе, то вопрос – Может ли школа дать ребенку всестороннее развитие? Были получены следующие результаты – да, у нас хорошая школа – 26%, в школе мало развивающих программ – 42%, в школе дают только знания – 31%, затруднился в ответе 1% респондентов (Рис. 3). Из чего можно сделать вывод о том, что ответы неоднозначны, но школа в полной мере не может развить ребенка, и необходимо, что-то вне школы для развития и воспитания.

Нужны ли учреждения дополнительного образования? (Которые, по своей деятельности, призваны развивать и воспитывать подрастающее поколение). Были получены следующие результаты – 60% считают, что они обязательны, 30%, что нужны, не видят в них смысла 0% и затруднились в ответе 10% (Рис. 4). Таким образом, можно сказать, что дополнительное образование в лице родителей имеет большой смысл и учреждения дополнительного образования необходимы.



- Да, у нас хорошая школа
- В школе мало развивающих программ
- В школе дают только знания
- Затрудняюсь ответить

Рис. 3. Школьное развитие



- Да, считаю они обязательны
- Нужны
- Не вижу в них смысла
- Затрудняюсь ответить

Рис. 4. Необходимость УДОД

Судя из проведенного исследования, можно сказать что, творчество действительно важно в наше время и к этому относятся с пониманием, из чего следует, что сейчас все больше приобретает актуальность дополнительное образование и многие родители видят его достоинства и необходимость.

Как было сказано выше, основное направление творческого развития в своей работе имеют учреждения дополнительного образования. Учреждениями дополнительного образования могут называться – центры детского творчества, детские клубы (включающие в себя разные виды творчества), студии по определенному направлению (музыкальное, танцеваль-

ное) и т.д. Они разделяются на коммерческие предприятия (танцевальные, художественные, музыкальные студии) и муниципальные (центры, клубы и т.д.).

Нашим объектом исследования являются муниципальные учреждения. По данным Росстата на данный момент в г. Владивостоке существует 51 муниципальных предприятий, в которых занимаются 64 тыс. детей в возрасте от 7 до 17 лет, в то время как всего в городе более 200 тыс. школьников. Таким образом, посещают кружки всего 32% детей, но этот процент может быть и ниже, так как некоторые дети посещают 2 и более кружков, что в итоге, может составить всего 27% детей обучающихся в кружках и секциях. И на данный момент учреждения дополнительного образования не могут охватить всех детей по различным причинам, одна из которых – нехватка учреждений доп. образования. Связано это с тем, что в 90-е гг. прошлого столетия рождаемость была низкой и посещаемость учреждений доп. образования понизилась, в связи с экономией средств несколько клубов были закрыты, но уже в 2000-х годах рождаемость резко возросла, что требует новых мест для дополнительного образования детей достигших семилетнего возраста. Кривая роста рождаемости представлена на рисунке 5.

Кривая рождаемости

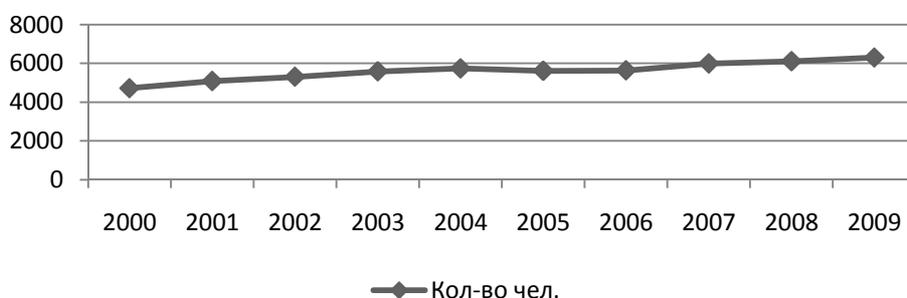


Рис. 5. Кривая роста рождаемости в г. Владивостоке

В 2000 году рождаемость в г. Владивостоке составила 4716, то уже к 2009 году она составила 6292. В промежуток взятого интервала есть год, где рождаемость немного уменьшилась, так в 2004 родилось 5737, в 2005 – 5611, но уже в 2006 году рождаемость снова начала расти, и как прогнозируют – в дальнейшем рождаемость увеличится.

Таким образом, в связи с ростом рождаемости, необходимо больше внимания уделять не только детским садам и школам, а так же и учреждениям дополнительного образования.

Так же одной из причин являются проблемы, которые тормозят развитие деятельности данного вида. Система образования и государственный контроль, организованный не в том направлении сделал дополнительное образование достаточно тяжелым для реализации, что подтверждают недостатки, которые были выявлены в процессе прохождения практик и ведения наблюдений достаточно долгое время:

- слабое финансирование клубов государством – плохое состояние клубов, нехватка необходимых материалов, часто педагогам самим приходится вкладывать деньги на восстановление поломок и расходные материалы;

- имидж детских клубов никак не регулируется и не отслеживается, не предпринимается ни каких действий по его формированию. Имидж сформирован спонтанно и в нем отсутствует много важных деталей и аспектов, таких как – форма персонала, единый стиль интерьера, и т.д. Недостаток формирования имиджа так же обусловлен тем, что работа детских клубов не была изменой со времен СССР, хотя нововведения уже формируются, но вводятся очень медленно;

- использование старых методик работы, временных и тематических рамок, что значительно тормозит развитие кружков, организацию подходящего процесса работы ориентированного на потребителя (детей);

- небольшие зарплаты делают не привлекательным должность педагога. Педагогами в большинстве случаев работают люди в пенсионном возрасте, которые имеют большую рабочую нагрузку – что иногда негативно сказывается как на самих педагогах, так и на детях;
- не поддерживается государством введение в систему дополнительного образования молодых педагогов и мотивирование их к трудовой деятельности. Чаще молодые педагоги – это студенты, которые совмещают работу с учебой, но по статистике студенты работают от 1 до 3 лет, что является большим недостатком в работе клуба и образовательной деятельности. Молодые педагоги составляют в среднем 14% всего педагогического состава дополнительного образования.

Как видно из перечисленных недостатков в организационных моментах детских клубов, можно сделать вывод, что в таких достаточно тяжелых условиях очень сложно работать и развиваться, это значительно останавливает процесс развития такого вида деятельности, в связи с этим нежелание педагогов активно развивать свою деятельность, нет активной направленности на клиентов.

Рассматривая внутреннюю среду и проблемы учреждений доп. образования, необходимо затронуть и внешнюю (клиенты), как они оценивают работу доп. образования. Анализ работы многих клубов показал, что часто клиенты не довольны получаемыми услугами. Для этого был проведен опрос родителей детей, которые занимаются в кружках, секциях и т.д. (Рис. 6) Ведя беседу с родителями, были выделены критерии, которые больше всего употреблялись и беспокоили их.

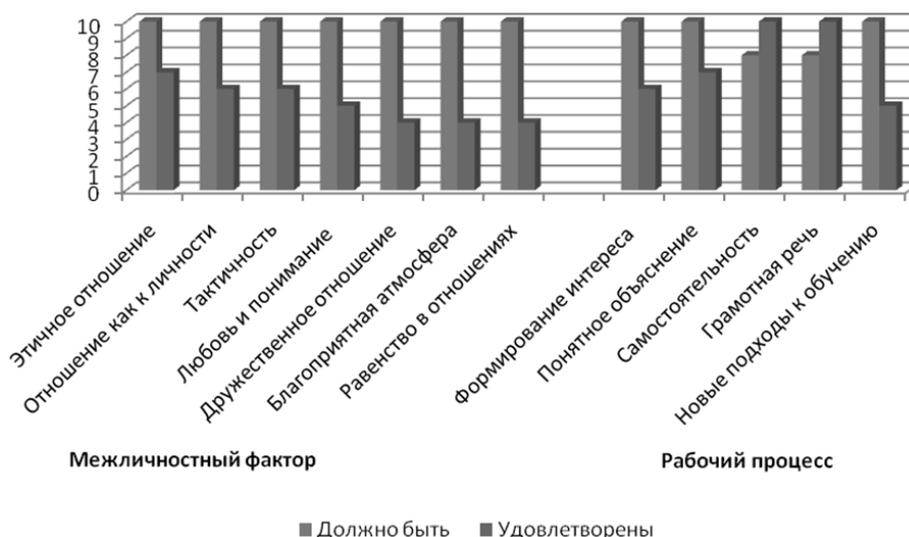


Рис. 6. Удовлетворенность клиентов

Затем им было предложено оценить по 10 б. шкале как должно быть, и по 10 б. шкале, насколько они удовлетворены. Было выведено среднее и показано в сравнении. Критерии разделились на межличностные отношения и рабочий процесс.

В целом можно сказать, что ожидания не совпадают с действительным, и зачастую клиенты не удовлетворены тем, что им предоставляют. Таким образом, большое внимание необходимо уделять отношению педагога к детям и процессу работы, а не нагрузкой еще большего количества документации, как это делают сейчас.

Как было сказано выше, дополнительное образование является привлекательной структурой для родителей, которые хотят развивать своего ребенка и погружать его в социальную среду. В связи с этим, многие родители хотят устроить своих детей в учреждения дополнительного образования, но нет желания у детей или возможности по ряду причин:

- ближайшие детские клубы очень далеко расположены;
- не устраивает ассортимент предоставляемых занятий;

- некомпетентное отношение педагогов к детям;
- негативная атмосфера, как в педагогическом коллективе, так и в кружках;
- сложно попасть в кружки из-за их переполненности;
- время работы кружков не совпадает со свободным временем ребенка или родителя;
- не информированы о наличии в районе детских клубов;
- есть платные, но дорогие занятия;
- нет сопровождающего для вождения ребенка в клуб.

Это основные причины, по которым многие дети не занимаются в кружках.

Для понимания готовы ли родители платить за образование своих детей в таких платных кружках, где все выведено на максимальный уровень был проведен опрос (Рис. 7).

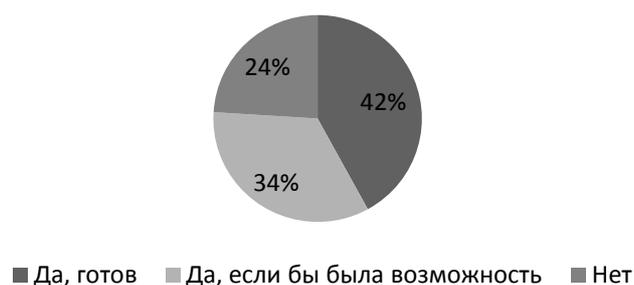


Рис. 7. Готовность родителей платить за услуги

По полученным результатам можно сказать, что ответ респондентов не однозначен. Следует заметить, готовы платить около половины, но так же есть и не достаточно обеспеченные люди, но которые бы устроили своего ребенка платно. Из чего можно сделать вывод, что дополнительное образование принимается обществом.

По проведенному исследованию, можно сказать о том, что актуальность дополнительного образования растет и принимается людьми, повышается спрос, а предложение не всегда удовлетворяет клиентов или вообще отсутствует, то есть смысл развивать и поднимать структуру данного вида на более высшую ступень, чем есть на данный момент и преобразовывать качество в более лучшую сторону, тем самым помогая нашему поколению полноценно, всесторонне развиваться.

РАЗРАБОТКА СРЕДСТВ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ «FRACTALS»

М.А. Лукинец, студент

Научные руководители: **Т.А. Зайцева**, доцент кафедры сервиса и моды

О.Н. Данилова, канд. техн. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Современное искусство XXI века служит средством выражения огромного разнообразия смыслов, явлений, проектов и направлений. Одно из направлений современного искусства – авангард, который неразрывно связан с арт-дизайном. Целью данного проекта является создание коллекции образной одежды, как объекта арт-дизайна, несущей идею и посыл обществу. Визуальная презентация коллекции в виде перформенса, действия, выступления, – подчеркивает основную концепцию проекта. Источником вдохновения авторской коллекции послужили фракталы. Для разработки данной коллекции рассмотрены и изучены основные формальные и содержательные характеристики авангардного костюма, как объекта арт-дизайна, содержащего нестандартные, иногда намеренно эпатажные, нуминозные, противо-

поставленные общепринятым, элементы и нетрадиционные средства выразительности, заимствованные из разных сфер деятельности человека.

В костюме для перформенса, в целом или фрагментарно, на уровне элементов, доминирует авангардное начало: в формообразовании, в колористическом решении, созданном методом цветомузичирования, в использовании свойств и фактур материалов (зеркальные поверхности, неоновые ткани), в комбинировании разностилевых или алогичных элементов и др. В данном проекте рассматривается арт-костюм как главная составляющая перформанса. Синтез музыки, действия и костюма – более яркий и эффективный способ представить концепцию и выполнить изначально заданную проектом цель. Разрабатываемая коллекция специфична по своей тематике и направленности.

В ходе работы были рассмотрены основные понятия и свойства фракталов. Фрактал (лат. fractus – дробленный, сломанный, разбитый) – сложная геометрическая фигура, обладающая свойством самоподобия, то есть составленная из нескольких частей, каждая из которых подобна всей фигуре целиком. В более широком смысле под фракталами понимают множества точек в евклидовом пространстве, имеющие метрическую размерность; бесконечно самоподобная геометрическая фигура, каждый фрагмент которой повторяется при уменьшении масштаба. Фрактал обладает следующими свойствами: тонкая структура, нерегулярность, некоторая форма самоподобия, дробная «фрактальная» размерность, простое и рекурсивное определение. Фракталы классифицируются следующим образом: основные-геометрические (рис. 1), алгебраические, стохастические; рукотворные и природные (рис. 2), детерминированные и недетерминированные. Фракталы применяются в генерации изображений природных объектов, механике жидкостей, биологии, фрактальных антеннах, сжатиях изображений [1-3].

Концепция коллекции «Fractals» передает скрытую структуру реальности, бесконечное самоподобие, геометрическое, тонкое и нерегулярное. Художественный образ нетривиален, в нем видна сложная картина космического мироздания (рис. 3). Оно завораживает наше сознание, проникает вглубь нашего существования. Эта структура – ФРАКТАЛ.

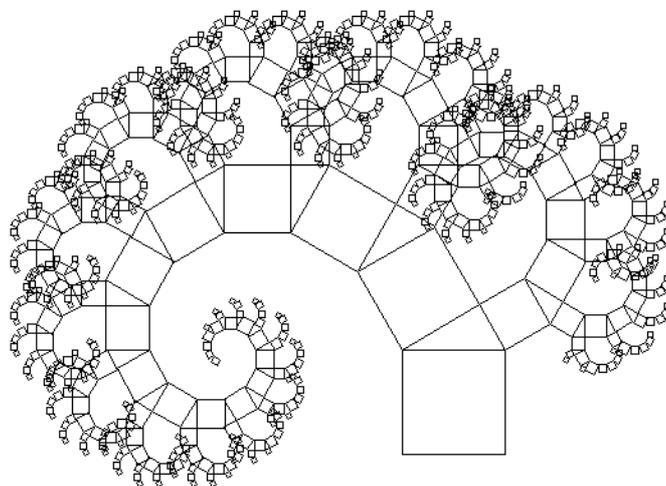


Рис. 1. Пример геометрического фрактала



Рис. 2. Пример биоморфов

Концепция находят свое воплощение, прежде всего, в визуальном проявлении ассоциаций с фракталами. В основе коллекции лежат нетрадиционные конструктивные формы: деформированные до неузнаваемости, до своеобразного «гротеска». Основная идея авторской коллекции – выстроить новую реальность, новую форму, используя приемы трансформации и нетрадиционные материалы для создания новых структур. Целостность и единство композиционного решения проектируемых моделей заключается в том, что все элементы находятся между собой в неразрывной связи, во взаимной соразмерности.

Разработка композиционного решения коллекции осуществлялась с учетом свойств и характеристик фрактала: определение формообразующих линий и геометрического вида формы; определение метрических соотношений вертикальных и горизонтальных членений; определение физического центра; определение положения композиционного центра; установление принципов симметричности и асимметричности элементов формы; установление гармоничного единства мобильных признаков (цвет, рисунок, фактура, отделка); оценка тектонического состояния формы в целом.

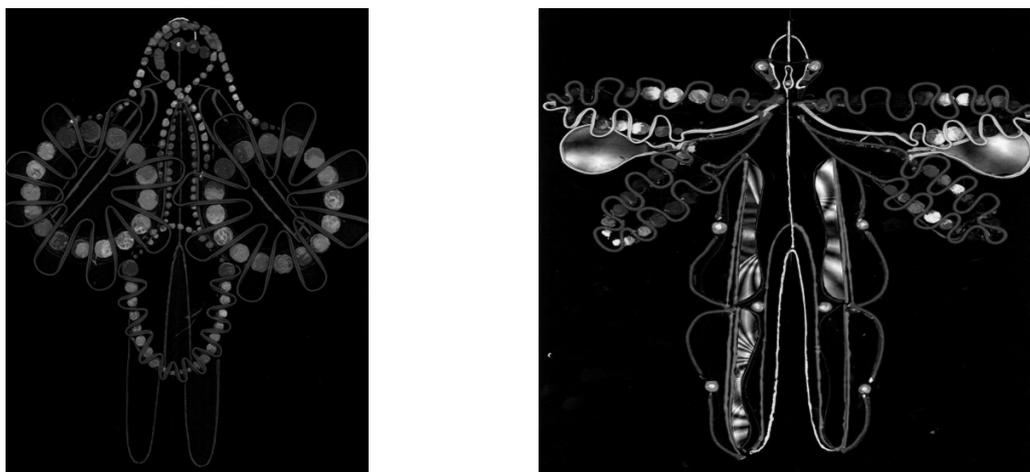


Рис. 3. Эскизы моделей коллекции «FRACTALS»

Использованы следующие средства композиции: отношения и пропорции костюма определяются строением фигуры человека. Симметрия и асимметрия деталей и членений придает моделям коллекции статичность или динамичность. С масштабностью связаны равновесие и устойчивость масс, контраст частей формы. В основе восприятия формы костюма лежит его эмоциональная оценка и сравнение объективных свойств (размера, геометрического вида, членений, цвета, фактуры). Необходимо отметить, что идея бесконечности и самоподобия фрактала нашла свое воплощение в создании объемно-пространственной формы. Элементы этой формы трансформируются до бесконечности за счет съемных деталей, которые в разном сочетании дают множество вариантов своего проявления. Для этого необходимо соблюдение линий сопряжения деталей в костюме. Эффект свечения фрактала передан за счет использования различных видов светодиодов, прикрепленных на деталях костюма.

Данный проект представлен на конкурсе молодых дизайнеров «Пигмалион» (г. Владивосток, апрель 2011 г.) в номинации «Перфоменс». В показе коллекции «FRACTALS» приняли участие глоустеры, стаферы и ходулист. Средствами перфоменса концепция коллекции выражена более ярко, удалось подчеркнуть и выделить главную идею формообразования авангардного костюма.

1. Кириллов А. А. Повесть о двух фракталах / А. А. Кириллов. – Дубна: Летняя школа «Современная математика», 2007.
2. Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы / Б. Мандельброт. – М.: «Институт компьютерных исследований», 2002.
3. Пайтген Х.-О. Красота фракталов / Х.-О. Пайтген, П. Х. Рихтер. – М.: «Мир», 1993.
4. Федер Е. Фракталы / Е. Федер – М.: «Мир», 1993.

ИМИДЖ РАДИОВЕДУЩЕГО Г. ВЛАДИВОСТОКА НА ПРИМЕРЕ РАДИОСТАНЦИИ «ЕВРОПА ПЛЮС»

Ю.П. Мастренко, студент

Научный руководитель Т.В. Метляева, канд. культурологии, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является анализ существующего имиджа радиоведущих радиостанции «Европа плюс» и процесс его формирования.

В настоящее время востребованность в имидже достаточно велика, имидж нужен и политическому деятелю и журналисту, у бизнесмену и студенту. Сейчас имидж стал товаром, он часто выступает как образ, наделенный характеристиками, совершенно далекими от реальной сущности личности, именно поэтому темой нашего исследования является имидж радиоведущего.

В радиожурналистике имидж ведущего играет одну из важнейших ролей. Ведь слушатели не знают лично этого человека, следовательно, люди реагируют не на реального человека, а лишь на его образ, который сложился в их сознании.

Образ радиоведущего складывается исключительно на основе тембра голоса, его темпоритмического рисунка интонации, смеха, манеры ведения эфира, поэтому первостепенная задача при формировании имиджа радиоведущего – умение управлять своим голосом.

Немаловажным фактором в технологии создания имиджа радиоведущего является формат радиостанции.

В значительной степени радиоведущий является эстрадным актером, поэтому, он должен иметь свою «фишку», которая и становится его визитной карточкой. Ведущему нельзя быть банальным.

Это человек, который должен быть наблюдательным, всегда знать немножко больше, чем другие. Быть радиоведущим – это и возможность быть самим собой, и в тоже время некая загадка и возможность принимать любой образ.

Несмотря на то, что в «век информационных технологий» мы огромное количество времени проводим за компьютерами, пропадая часами в Интернете, который стал практически неотъемлемой частью нашей жизни, значимость для каждого человека живого общения, разговоров по-прежнему велика. Поэтому радио, в настоящее время, является одним из самых популярных средств массовой информации. По данным ежегодного исследования аналитической компании TNS Gallup Media, каждый день радио во Владивостоке слушают около 520 тысяч человек.

Во Владивостоке, как и в большинстве городов России, наибольшей популярностью у слушателей пользуются FM-радиостанции. Объектом нашего исследования явилась радиостанция «Европа плюс», которая по итогам 2010 года входит в пятерку лидеров радиоэфира г. Владивостока.

Эта радиостанция наиболее популярная, стильная, успешная радиостанция, которая всегда следит за всеми важнейшими веяниями музыкальной моды и готова круглосуточно дарить своим слушателям отличное настроение.

Проведя социологический опрос, в котором приняло участие 50 человек, мы пришли к следующим выводам:

– У радиослушателей г. Владивостока особой популярностью пользуется радиостанция «Европа плюс», так же они симпатизируют ее ведущим. Слушателей привлекают последние новинки музыки и умение ведущих поднимать настроение и создавать рабочий настрой на весь день.

– Основная масса опрошенных выделяет такие качества идеального радиоведущего как: чувство юмора и коммуникабельность. Это можно объяснить тем, что желание посмеяться вызвано стремлением снять стресс и усталость, которые стали постоянными спутниками современного человека.

В процессе исследования мы обратили внимание на тот фактор, что приятный голос, интонация и дикция относятся скорее к врожденным качествам или же требуют постоянной тренировки и усовершенствования. Так же важными качествами при создании образа являются: быстрота реакции, образованность и ум, грамотное владение русским языком, что вполне обоснованно, т. к. красиво выстроенная речь вызывает позитивное настроение у слушателей. Такие качества, как вежливость и корректность связаны с использованием в речи ведущих сленговой лексики.

На вопросы «Где и в какое время Вы чаще всего слушаете радио?» наибольшее число опрошенных ответили, что слушают радио в машине или у себя дома. Чаще всего утром и вечером, что вполне естественно. Мы встаем под бодрящую утреннюю радиопрограмму, завтракаем под сводки свежих новостей, отправляемся на учебу, работу и возвращаемся оттуда под коктейль из музыки и информации вечерних радиопрограмм. Веселые голоса радиоведущих могут сопровождать нас повсюду, создавая прекрасную атмосферу нашей жизни.

Наряду с этим, нами был проведен сравнительный анализ имиджа ведущих радиостанции «Европа плюс» г. Владивостока и г. Москва.

Ведущие утреннего шоу «Бригада У» на радио «Европа плюс Москва» – Джем, Таня Шилина и Илья Колесников, развлекают слушателей играми и шутками каждый будний день в течение трех часов. Все трое активно взаимодействуют друг с другом в эфире, при этом каждый из них обладает определенным, неповторимым имиджем.

Джем. Является «лидером» этого трио. Практически, именно он распоряжается эфирным временем, что свидетельствует о наличии у него хороших организаторских качеств. Его глубокий голос способен сдерживать соведущих и дозвонившихся в студию слушателей. Джем обладает незаурядным умом и очень образован. Коллеги называют его «добрым малым» и «галантным джентльменом». Его образ представляется слушателям как: воспитанный, спокойный и в меру веселый человек. Его имидж – «интеллигентный весельчак».

Илья Колесников – обладает громким, бодрым голосом. Это невероятно веселый человек, который все время шутит и смеется. «Великий провокатор, поразительный «охмуряло» и врун» – такие характеристики получили мы в процессе анализа, а также многие слушатели отметили, что этот ведущий «балагурит и каламбурит на автопилоте». Илья – оптимист, который любит иронизировать и по-доброму насмехаться над соведущими. Его имидж, сложившийся в массовом сознании, можно сформулировать так: «большой ребенок» и «добрый шут».

Татьяна Шилина. Обладает здоровым чувством юмора и великолепным даром рассказчицы. «Неизбежная героиня абсурдных ситуаций», по словам Джема. Она часто шутит, но при этом сама остается абсолютно серьезной. Ее имидж – умная и женственная «царевна-несмеяна».

Ведущие утреннего шоу «Европейский раззадор» на радио «Европа плюс Владивосток» – Вероника Пушкина и Евгений Паленый будят, развлекают и заряжают слушателей позитивным настроением на весь день. Работая в паре, эти ведущие прекрасно дополняют друг друга, создавая гармонию во время эфира.

Вероника Пушкина. Обладает энергичным голосом, с нотками оптимизма. Ведет эфир всегда на веселой волне. Она достойно держится в обществе своего коллеги, не кажется слишком развязной, однако может быть и ироничной, «острой на язык». Ее образ – «задорная девчонка».

Евгений Паленый. Обладает приятным, хитроватым голосом и напоминает образ «кота Базилио». Он добр, весел и безобиден, обладает умеренным чувством юмора. Может легко и непринужденно поддержать разговор на любую тему, помогает своей соведущей. Его образ, сложившийся в сознании слушателей – «свой парень».

Таким образом, ведущие «Европы плюс» и центрального и регионального вещания имеют схожий имидж. Это объясняется требованиями формата радиостанции. Общими их качествами являются: непринужденность и коммуникабельность, мобильность и артистизм, они обладают хорошим чувством юмора и современности, а также необходимыми для эфира знаниями.

В заключении можно сделать следующий вывод: радио ведущие г. Владивостока создают имидж контактных и дружелюбных людей. Их имиджи не противоречат, а сочетаются друг с другом. Образ каждого из них яркий и запоминающийся, соответствует формату радиостанции, поэтому с такими радио ведущими в эфире, располагает к себе слушателей, а кроме того является «визитной карточкой» радиостанции.

МОНИТОРИНГ ИМИДЖЕВЫХ УСЛУГ Г. ВЛАДИВОСТОКА

Т.С. Мякушина, студент

Научный руководитель **Л.А. Мельникова**, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель данной работы: исследование ассортимента, ценовой политики и потребности населения в имиджмейкерских услугах во Владивостоке.

Современному человеку все меньше свойственно целостное восприятие и отражение мира, он находится в постоянном поиске социальной роли, что не позволяет индивидууму быть гармоничным. Быть гармоничным значит иметь свой идеальный имидж, а достичь этого можно с помощью имиджмейкерских услуг. При создании образа важно не только подчеркнуть достоинства и скрыть недостатки, но также выразить свое внутреннее Я. Идеальный имидж складывается из множества составляющих: это стильная прическа, визаж, маникюр, педикюр, одежда, аксессуары, цвета, ароматы, физическая форма. Все это должно соответствовать окружению человека, его манере поведения, походке, жестам, голосу. В связи с этим, на сегодняшний день, услуги по созданию имиджа должны быть наиболее распространены, но так ли это на самом деле, основная цель нашего исследования.

Слово имидж достаточно прочно вошло в разговорный язык и часто используется в средствах массовой информации. Понятия «имиджа» весьма разнообразны, но однозначно можно сказать лишь то, что «имидж» – это то, как данный объект воспринимают другие люди.

Имиджмейкерские услуги – это комплекс услуг по созданию благоприятного образа. Имидж невозможно создать без комплексного подхода, поэтому так важно предоставление всего ассортимента имиджевых услуг.

Ассортимент имиджмейкерских услуг разнообразен, он включает в себя:

- Парикмахерские услуги.
- Работа с визажистом.
- Работа над жестами.
- Работа над мимикой.
- Работа над речью.
- Анализ особенностей фигуры.
- Поиск индивидуального стиля.
- Приобретение знаний по этикету.
- Работа с психологом.
- Сопровождение во время покупки одежды.
- Фотоуслуги.
- Услуги Фитнес-центра.
- Обучение актерскому мастерству.
- Обучение на курсах моделей.
- Косметические услуги.

Разнообразие ассортимента и ценовой политики позволяет выбрать услуги по созданию имиджа в соответствии с уровнем жизни потребителя. В ходе исследования ассортимента

имиджевых услуг города Владивостока было рассмотрено 230 предприятий предоставляющих данные услуги. Выявлено, что на данный момент существует 4 имидж – лаборатории, предоставляющие услуги по созданию имиджа, из них только одна, которая, предоставляет весь ассортимент имиджмейкерских услуг.

Такие услуги как: консультация по стилю, сортировка гардероба, шоппинг-сопровождение (сопровождение во время покупок) предоставляют 2 имидж-лаборатории.

Из 4 имидж-лабораторий услуги такие как: фото-съёмочные работы в студии, фото-съёмочные работы на выезде (портфолио) предоставляет 1 имидж – студия; услуги компаниям – это создание концепции рекламной компании, создание концепции календарей для компании, разработка названия компании, разработка логотипа представляют в 2 имидж-студиях. Из 4 имидж – лабораторий парикмахерские услуги предоставляют только 2 организации. Стоимость парикмахерских услуг (женский зал) от 700 до 1500 р. Стоимость парикмахерских услуг (мужской зал) от 300 до 800 р.

Во всех 230 салонах г. Владивостока предоставляют парикмахерские услуги. Услуги маникюра, педикюра предоставляют – 197 салонов красоты, что составляет 86%, услуги визажиста – 179 салонов красоты – 78%. В большинстве салонах красоты парикмахерские услуги предоставляется по цене от 500 до 1000 рублей, что составляет 86% от 230 салонов красоты, по цене от 220 до 500 р. предоставляют 10% салонов красоты и по цене от 1000 до 1500 р. составляют 4%. Услугу визажиста стоимостью от 500 до 1000 рублей предоставляют 4% салонов красоты, от 1000 до 1500 р. составляет 76% , и от 1500 и выше – 20%.

Было рассмотрено 30 фитнес – центров из них все предоставляют услуги тренажерного зала и фитнес залов. Танцевальные залы имеются в 24 фитнес – центрах, что составляет 80%, пилатес в 12 фитнес – центров – 40%. Парикмахерские услуги, маникюра, педикюра предоставляют 2 фитнес – центров, что составляет 6%, услуги визажиста 1 – 3%.

Услуги тренажерного зала составляют от 1500 до 2200 р. – это 100 во всех фитнес – центрах, танцевальные залы от 1800 до 2000 р. – 80%, пилатес стоимостью от 1800 до 2000 р. – 40%, парикмахерские услуги от 1100 до 1500 р. – 6% и услуги визажиста от 700 до 1200 – 3% от всех фитнес – центров.

30 фото студий г. Владивостока предоставляют фото-съёмочные работы, создание портфолио. В г. Владивостоке находятся также курсы по обучению «Актерскому мастерству и ораторскому искусству» и тренинги «Риторика и искусство красноречия», хотя их недостаточно.

Для выявления предпочтений потребителей и востребованности имиджмейкерских услуг в бизнес-проекте ИБИ ВГУЭС «Формирование и реализация технологии определения самоимиджа» был проведен опрос виде анкеты в районе бухты Тихой, в Центре и на Луговой. Было опрошено 200 жителей города Владивостока из них 79 мужчин, что составляет 39,5% и 121 женщин – 60,5%. В возрасте от 17 до 55 лет.

По итогам опроса было выявлено, что парикмахерскими услугами пользуются 90 % опрошенных для улучшения своего образа, услугами визажиста пользуются 26%, не пользовался ни один человек из опрошенных такими услугами как: работа над жестами и работа над мимикой, работа над речью ответили 2,5%, анализ особенностей фигуры пользовалось 3,5%, поиск индивидуального стиля – 12,5%, приобретение знаний по этикету -18%, работа с психологом – 12%, сопровождение во время покупки одежды пользовалось 3%, фотоуслуги востребованы у 37% опрошенных, услуги Фитнес-центра пользуются 71,5%, обучение Актерскому мастерству – 15,5%, обучение на курсах Моделей – 11%, косметические услуги – 17%.

Наиболее востребованы парикмахерские и фитнес – центров услуги. Услугами работа над речью, анализ особенности фигуры (анализ линий внешности), сопровождение во время покупки одежды менее востребованы.

Факторы которые влияют на выбор фирмы по формированию имиджа во-первых: удобное место расположение ответили 138 человек, что составляет 69%. Качество обслуживания

считают 123 человек – 61,5%. Профессионализм персонала ответили 91 человек – 45,5%. Известность заведения для 82 человек – 41%. Стоимость услуг считают 104 человека – 52%.

Услугами организации по формированию имиджа, которая будет открыта в районе бухты Тихой жители города Владивостока хотели бы воспользоваться. Из 200 опрошенных 124 человека ответили, что они хотели бы чтобы в районе бухты Тихой открылась имидж – лаборатория, что составляет 62% опрошенных и 76 человек ответили, что не будут пользоваться услугами данной организации, что составляет 38% опрошенных.

Респонденты ответившие « нет» аргументировали это так: отсутствие желания отдавать деньги ни за что, неудобное место расположение, плохой контингент района, лишняя трата денег, кто-то считает, что это для него не интересно, не нужно, у кого-то нет времени на улучшение своего образа.

Как часто пользуются услугами для улучшения своего образа ответили: ежедневно – 27 человек, что составляет 13,5%, 3 раза в неделю – 49 человек – 24,5%, 1 раз в неделю – 74 человека – 37%, 2 раза в месяц – 8 человек – 4%, 1 раз в месяц – 33 человека – 16,5%, 1 раз в полгода – 9 человек – 4,5%.

Сумму, которую готовы ежемесячно тратить для улучшения своего образа респонденты ответили 500 рублей 25 человек, что составляет 12,5%, 1000 рублей 19 человек – 9,5%, 2000 рублей 84 человек – 42%, от 2000 до 5000 рублей 55 человек – 27,5%, от 5000 до 10000 рублей 17 человек – 8,5%.

Услуги, которые больше всего привлекают опрошенных для создания имиджа: парикмахерские услуги привлекают 90% опрошенных, услугами визажиста воспользовалось бы 45%, интересуют услуги работа над жестами – 20%, работа над мимикой – 24,5%, работа над речью привлекает 31%, анализ особенностей фигуры – 25,5%, предпочитают воспользоваться услугами поиск индивидуального стиля – 43,5%, приобретение знаний по этикету – 52%, работа с психологом – 46,2%, сопровождение во время покупки одежды – 38%, интересуют фотоуслуги – 44% опрошенных, услуги Фитнес-центра привлекают 83,5%, обучение Актерскому мастерству – 17,5%, обучение на курсах Моделей – 18,5%, косметические услуги интересуют 22% опрошенных.

По результатам анкеты можно сделать вывод, что жителей г. Владивостока привлекают услуги для улучшения своего имиджа, но пользуются они ими в меньшей степени. Жители г. Владивостока проявляют большой интерес к открытию организации по формированию имиджа в районе бухты Тихой и хотели бы в зависимости от своих возможностей воспользоваться услугами для улучшения своего имиджа. Проведенное исследование показало, что в г. Владивостоке с населением почти один миллион человек не достаточно имидж – лабораторий с предоставлением полного комплекса имиджевых услуг, поэтому открытие в районе бухты Тихой имидж-лаборатории будет вполне целесообразным.

ЭКСКУРСИОННЫЕ УСЛУГИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Г.А. Никифорова, студент

Научный руководитель **Е.С. Ильяшенко**, старший преподаватель
кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Экскурсионная деятельность является одним из основных компонентов индустрии туризма. Экскурсионная услуга – туристская услуга по удовлетворению познавательных интересов туристов (экскурсантов), включая разработку и внедрение программ экскурсионного обслуживания или отдельных экскурсий, организацию и проведение экскурсий. Организа-

ции, занимающиеся созданием и предоставлением экскурсионных услуг, называются экскурсионными фирмами (компаниями, бюро).

Целью данной работы является анализ экскурсионных услуг в Приморском крае, а также выявление основных проблем и перспектив организации.

На территории Приморского края функционирует 280 турфирм, из них лишь 131 занесена в федеральный реестр туроператоров. Основная работа их направлена на выездной и въездной туризм. Рынок внутреннего туризма в Приморском крае малоразвит.

Турфирмы Приморского края предлагают сегодня экскурсионные программы двух типов – обзорные и тематические. Тематические экскурсии подразделяются на исторические, природоведческие, литературные, производственные, архитектурно-градостроительные, религиозные и т.д.

Обзорные экскурсии, как правило, многотемны. В них используется современный и исторический материал. Строятся они на показе различных объектов: памятников истории и культуры, природных объектов, промышленных и сельскохозяйственных предприятий и т.д. События при этом излагаются обобщенно. Хронологические рамки при этом простираются с первого упоминания города по сегодняшний день, включая перспективы развития. Примером можно назвать обзорную экскурсию по г. Владивостоку, организуемую практически всеми турфирмами Приморского края.

Тематические экскурсии посвящены раскрытию одной темы. Если это историческая тема, то в ее основу положено одно или несколько знаменательных событий, объединенных одной темой. Если это экскурсия на архитектурную тему, то предметом изучения могут стать наиболее интересные произведения зодчества, архитектурные ансамбли, расположенные на улицах и площадях города, края. К примеру, в г. Владивостоке среди тематических экскурсий можно назвать такие как: «Улица трех П» – организуется турфирмой «Дальинтурист», «На передовых позициях» – предлагает «Владивостокское бюро путешествий и экскурсий».

Экскурсии организуются как для взрослых, так и для детей. По месту проведения можно выделить городские («Владивосток-город у океана» – «Владивостокское бюро путешествий и экскурсий»), загородные («Кравцовские водопады» – турфирма «Райтекс»), производственные (экскурсия на фабрику мороженого – турфирма «Спутник»), музейные («Музей автомостарины» – турфирма «Галатей-Тур») и комплексные.

Всего на рынке экскурсионных услуг Приморского края предлагается более 100 экскурсионных программ: морские прогулки, история и архитектура, форты и городища, пещеры и водопады, флора и фауна, легенды и мифы о земле Приморья.

Но, несмотря на разнообразие маршрутов и объектов показа, в экскурсионной деятельности Приморского края можно выявить проблемы, которые мешают развитию внутреннего туризма.

Первой и главной из проблем, которые мешают развитию экскурсионной деятельности в Приморском крае, является необустроенность и ненадлежащий вид объектов показа. К примеру, пристального внимания заслуживают видовые площадки. Здесь необходимо выполнить ряд работ, чтобы они были и безопасными, и востребованными среди тургрупп. Также проблемой является транспортная доступность к объектам показа и место для размещения группы в непосредственной близости от него. Освещение тоже является важной проблемой. Многие памятники вообще не имеют освещения и показ их в темное время суток просто невозможен («Сквер им. А. И. Щетиной»).

Еще одной проблемой является непрофессионализм части работников экскурсионной деятельности. Большинство турфирм сегодня берет на работу экскурсоводов, не удостоверившись, владеют ли те в свою очередь знаниями, умениями и навыками, необходимыми для проведения экскурсии. Это в большей степени относится к такой категории специалистов, как гид-переводчик. В законе «Об основах туристской деятельности в российской федерации» ред. от 30.07.2010 года дано следующее определение: «гид-переводчик – профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для пе-

ревода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания». Однако не все гиды переводчики имеют официальный документ о прохождении профессиональной подготовки, и, так как таких специалистов на рынке труда не хватает, то ведение экскурсии доверяют неподготовленному для этого лицу, владеющему иностранным языком. Это приводит к искажению информации, подаваемой экскурсантам и понижению качества предлагаемого турпродукта.

В эпоху СССР, когда профессия «экскурсовод» сформировалась и приобрела четкие контуры, профессиональные обязанности экскурсовода регулировались «Положением об экскурсоводе туристско-экскурсионных учреждений системы Центрального совета по туризму и экскурсиям» и «Должностной инструкцией экскурсовода туристско-экскурсионного учреждения». В числе прочих на экскурсовода накладывалась обязанность регулярно (один раз в 3–5 лет) повышать квалификацию, что объяснялось высокими требованиями к образовательному, теоретико-методологическому и практическому уровню подготовленности экскурсоводов, работающих в системе профсоюзного туризма. Сегодня нет подобного органа, контролирующего квалификацию экскурсоводов, работающих на туристском рынке. Однако и сегодня повышение квалификации также является важным и необходимым условием деятельности экскурсоводов.

Существуют разные формы повышения квалификации экскурсоводов. Во-первых, это семинары, которые могут быть организованы центрами занятости, комитетами по туризму, факультетами повышения квалификации при вузах, отдельными субъектами туриндустрии. Тематика таких семинаров – частные вопросы экскурсионной деятельности, например, этика общения с экскурсантами и туристами, безопасность на экскурсиях и вопросы страхования от несчастных случаев. В таких семинарах участвуют, как правило, экскурсоводы с опытом работы. Продолжительность таких семинаров – один-два дня.

Вторая форма – курсы повышения квалификации экскурсоводов (20–70 академических часов в течение 3–4-х месяцев). В программы обучения входит, как правило, изучение новых экскурсионных маршрутов, новых тем, программ индивидуальных туров.

В-третьих – курсы подготовки экскурсоводов для начинающих. Объем курсов для начинающих – не менее 100 академических часов. Обучение завершается выдачей свидетельства. Программа обучения включает основы экскурсоведения, методики подготовки и техники ведения экскурсий разных видов, основы регионоведения, культуры речи и общения, изучение достопримечательностей музеев и культурных центров, правовые вопросы туристской индустрии, основы экономики туризма и др.

Формой повышения квалификации экскурсоводов является аккредитация, процедура которой организовывается правительствами субъектов РФ. Аккредитация экскурсоводов введена в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Калининградской, Нижегородской областях и других субъектах РФ. Такая процедура существует также во многих зарубежных странах. Цель аккредитации гидов-переводчиков и экскурсоводов – рациональное использование туристских ресурсов, удостоверение соответствия оказываемых на территории Приморского края экскурсионных услуг квалификационным требованиям, повышение конкурентоспособности турпродукта. Аккредитация осуществляется на добровольной основе отдельно для экскурсоводов и для гидов-переводчиков, имеющих высшее образование и стаж работы по специальности не менее 2-х лет. По результатам выдается свидетельство об аккредитации (на 3 года) и нагрудный знак. Процедура аккредитации осуществляется на платной основе. Очевидные преимущества от ее прохождения заключаются в наделении аккредитованных экскурсоводов и гидов-переводчиков определенными правами. К примеру, в Санкт-Петербурге – это возможность получать в подразделениях Администрации актуальную информацию о текущих событиях в городе, в научно-методическом отделе Санкт-Петербургского государственного учреждения «Городской туристско-информационный центр» получать консультации по вопросам профессиональной деятельности; размещать ин-

формацию о своей деятельности в официальных туристских каталогах, издаваемых Администрацией.

Предоставлять услуги по подготовке и повышению квалификации могут: турфирмы, экскурсионные бюро, учебные центры, центры занятости, средние и высшие профессиональные учебные заведения, комитеты по туризму при правительствах субъектов РФ в сотрудничестве с образовательными учреждениями.

В Приморском крае подготовкой экскурсоводов и гидов-экскурсоводов занимаются Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Дальневосточный Федеральный университет, Музей им. В.К. Арсеньева, Дальневосточный профессиональный Лицей туризма (турагентство «Ольга»), турфирма «Лотос-тур». Данные учреждения предлагают курсы подготовки экскурсоводов и гидов-переводчиков, продолжительностью от 2 до 3 месяцев в объеме около 100 академических часов. Стоимость обучения от 6 до 8 тысяч рублей.

В заключение следует сказать, что в преддверии саммита важно ввести систему аккредитации и аттестации гидов-переводчиков и экскурсоводов и разработать новые экскурсии. Саммит АТЭС, который пройдет в 2012 году, поднимет интерес к г. Владивостоку и всему Приморскому краю. Объекты саммита, которые строятся сейчас в городе, должны дополнить историю Владивостока, стать его визитной карточкой, сделать туристские маршруты интересными, востребованными и незабываемыми.

1. Скобельцына А.С. Экскурсионные услуги: проблемы подготовки и повышения квалификации экскурсоводов. /Скобельцына А.С. // Евразийский международный научно-аналитический журнал.- 2010. – №1 (29). – с. 12.

2. Федеральный закон от 05.02.2007 г. № 12- ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (вступает в силу с 31.07.2010 г.).

3. Экскурсии в Приморском крае [Электронный ресурс]/-Режим доступа: <http://www.primafisha.ru/excurs/>.

4. Сенин В.С. Туризм: мини-словарь: около 180 проф. терминов / В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 64 с.

5. Емельянов Б. А. Экскурсоведение/Б.А.Емельянов. – М.: Советский спорт, 2004. – 75 с.

РЕШЕНИЕ СПОРТИВНЫХ ПРОБЛЕМ ВО ВГУЭС

А.И. Никулина, студент

Научный руководитель **Л.П. Арапко**, канд. мед. наук,
профессор кафедры физкультурно-оздоровительной и спортивной работы

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Целью моей работы явилось рассказать о современных проблемах, связанных с ведением здорового образа жизни, и показать как эти проблемы решаются во ВГУЭС.

Проблемы:

– Проблема отсутствия здорового образа или чрезмерного присутствия нездорового образа жизни молодежи.

– Особое внимание должно быть уделено массовому спорту и спортивным объектам

– Проблема в сфере физической культуры и спорта

Негативные тенденции

– Сохраняется и усиливается лояльное отношение значительной части (большинства) молодежи к социально – обусловленным ситуациям риска здоровья и жизни.

– Остаются неудовлетворительно низкими уровни включенности молодежи (как школьного, так и более старшего возраста) в индивидуальные, групповые и массовые занятия физически активными видами досуга, даже в тех ситуациях, когда объективные условия такого участия созданы и представляются доступными.

– Следствие этих тенденций.

– Снижается по объективным медицинским показателям потенциал физического и психического здоровья молодежи.

– Остаются неэффективными материальные ресурсы в инфраструктуре здорового образа жизни, финансовые и организационные меры государства, направляемые на укрепление здоровья новых поколений.

Решение проблемы:

– Создание новой национальной системы физкультурно-спортивного воспитания населения.

– Разработка и реализация комплекса мер по пропаганде физической культуры и спорта как важнейшей составляющей здорового образа жизни.

– Модернизация системы физического воспитания различных категорий и групп населения, в том числе в образовательных учреждениях профессионального образования.

– Совершенствование подготовки спортсменов высокого класса и спортивного резерва для повышения конкурентоспособности российского спорта на международной спортивной арене.

– Усиление мер социальной защиты спортсменов и тренеров.

– Создание новой национальной системы физкультурно-спортивного воспитания населения.

– Разработка и формирование организационной основы управления развитием физической культуры и спорта.

– Совершенствование системы спортивных и физкультурных мероприятий.

– Совершенствование взаимодействия субъектов физической культуры и спорта.

– Разработка параметров двигательной активности для населения различных возрастных и социальных групп.

Решение проблем во ВГУЭС

Основные направления деятельности:

– *диагностическое* (оценка уровня здоровья, физического развития и физической подготовленности студентов, преподавателей и сотрудников);

– *образовательное* (формирование и доведение до необходимого совершенства прикладных и спортивных умений и навыков, приобретение специальных знаний);

– *оздоровительное* (укрепление здоровья, гармоничное развитие форм и функций организма);

– *хозяйственное* (содержание, ремонт и развитие материальной базы);

– *познавательное* (развитие направлений и географии туристических походов).

Мероприятия по пропаганде здорового образа жизни во ВГУЭС:

– Ведёт работу туристический клуб «Сплав» (с 1986 года работает) Секционной работой охвачено около 2000 студентов. Для привлечения молодежи к активным занятиям, деятельность клуба активно освещается в СМИ, силами студентов создан и активно поддерживается Интернет-сайт.

– ВГУЭС является социально ответственным ВУЗом, реализует ряд программ по привлечению внимания студентов к существующим проблемам физ. Воспитания:

– Проведение спортивно-массовых мероприятий такие как: «День здоровья», «Приз первокурсника», «Спартакиада ВГУЭС», «Спартакиада общежитий», «Новогодний спортивный праздник», конкурс «Олимп».

– Разработка и осуществление дополнительных программ: «Базовая классическая аэробика», «Здоровье», «Гид-проводник активных туров», «Основы здорового образа жизни», «Гид-проводник активных водных туров».

– Проводятся занятия по: легкой атлетике, плаванию, баскетболу, волейболу, настольному теннису, тяжелой атлетике, футболу, боксу, самбо, тхэквандо, айкидо, групповой силовой подготовке, стретчингу, фитнес-йоге, калланетике, шейпингу, пилатесу, степ-аэробике, аква-аэробике, танцу живота, фитнес-аэробике, шахматам, вольной борьбе.

– Особое внимание в университете уделяется развитию и совершенствованию спортивной базы.

Спортивная база ВГУЭС

№ п/п	Наименование подразделения	Кол-во залов	Кол-во раздевалок	Кол-во тренерских	Кол-во бассейнов	Общая площадь (кв. м.)	Открытые плоскостные сооружения	Кол-во саун
1	Чемпион №1 (Партизанский 44)	15	16	5	1	8372	5	2
2	Чемпион №2 (Чапаева 5)	12	4	2	2	4694,5	1	1
3	Чемпион №3 (Добровольского 20)	5	6	0	1	1463,6	0	2
4	ШИОД ВГУЭС Чапаева 5)	3	3	1	0	992	1	0
5	Спортивный комплекс ВГУЭС (Гоголя 41)	5	8	2	1	2100	0	2
6	Филиал ВГУЭС г. Артем	2	2	0	0	305	0	0
7	Филиал ВГУЭС г. Находка	3	2	1	0	720	1	0
8	Филиал ВГУЭС г. Благовещенск	2	2	1	0	288	0	1
9	Филиал ВГУЭС г. Уссурийск	1	2	0	0	151	0	0
10	Европейская прогимназия ВГУЭС	1	5	1	1	132	1	0
11	Восточная гимназия ВГУЭС	1	2	0	0	200	1	0
Итого:		50	52	13	6	14723,6	10	8

Ожидаемый результат

– вовлечение студентов, преподавателей и сотрудников в систематические занятия физическими упражнениями для обеспечения активного отдыха, восстановления и укрепления здоровья, увеличения продолжительности и повышения качества жизни;

– повышение эффективности учебной деятельности студентов;

– повышение эффективности профессиональной деятельности преподавателей и сотрудников;

– качественный и количественный прирост кадрового потенциала, необходимый для развития массовой физической культуры и спорта;

– улучшение результатов выступления спортсменов по видам спорта;

– укрепление спортивной материально-технической базы.

Рассмотрев проблемы современного здорового образа жизни, проанализировав спортивную базу СК «Чемпион» и возможные пути решения данной проблемы, я пришла к выводу, что ВГУЭС активно реализует концепцию здорового образа жизни и имеет базу для дальнейшего развития в данном направлении.

ИМИДЖ МУЗЫКАЛЬНЫХ ГРУПП ВЛАДИВОСТОКА

М.А. Омбыш, В.Е. Бурцев, студенты

Научный руководитель Т.В. Метляева, канд. культурологии, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В мире современного шоу-бизнеса невозможно быть ничем не примечательным, но горячо любимым. А ведь главная и конечная цель для любого начинающего артиста, который только начинает двигаться в сторону своей мечты – слава и любовь зрителя. Для этого артист, в частности певец, на сцене должен быть не только хорошим музыкантом и исполнителем, но и артистом, шоу-меном, моделью и иконой стиля одновременно. Что заставляет миллионы слушателей смотреть на своего кумира, что заставляет зрителя слушать его – мы постарались выяснить в нашем исследовании.

Цели исследования мы поставили следующие:

1. Выявить отличительные особенности в имидже музыкальных групп разных направлений.
2. Выявить особенности имиджа «икон стиля» таких как группы «30 seconds to mars», «Bon Jovi», «Ария», «Звери», а так же понять, что в имидже группы является наиболее привлекательным для аудитории.

Само по себе слово «имидж» происходит от английского «image», что значит придумать, представлять. Термин «имидж» имеет русский эквивалент – «образ». В контексте данного исследования *имидж* рассматривается как *образ*, искусственно созданный для человека или объекта, сформированный средствами СМИ для психологического воздействия и может сочетать в себе, как реальные качества, так и вымышленные. В данном исследовании мы отталкивались от того, что имидж, прежде всего, обобщённый образ, поэтому мы используем это понятие, подразумевая под ним совокупность внешнего облика команды, музыкальный стиль, который, безусловно, оказывает влияние на манеру поведения, энергетику, которую излучает группа во время выступления. Все эти компоненты создают единую картину, по которой мы можем судить о той или иной группе, а так же понять нравится ли нам её творчество.

Для начала мы провели опрос среди участников музыкальных групп классического и рок-стилей. Мы встретились с тремя музыкальными группами «Мандарин», «А4» и «So what» и задали им несколько вопросов о том какое музыкальное направление они представляют, чем имидж этой музыкальной группы отличается от других групп того же направления и по каким ещё параметрам их можно отличить от групп других направлений, а также на кого из известных исполнителей данная группа ориентируется в музыкальном и имиджевом плане. Кроме того мы задали вопросы о том какая аудитория собирается на концерты группы и слушает их музыку. Для того, чтобы понять стиль группы и, так сказать, прочувствовать его, мы побывали на репетициях этих групп и пообщались лично с участниками. Далее мы приводим результаты сравнительного анализа имиджевых характеристик выбранных нами групп.

Группа «Мандарин» в отличие от двух других, представительница классического направления в музыке. Ребята играют классическую музыку, джаз, но особенностью их деятельности является то, что они обрабатывают эстрадную музыку и музыку рок-исполнителей и переигрывают её в составе классического квартета (первая и вторая скрипки, альт и контрабас). Поэтому, несмотря на довольно-таки сдержанный вид, соответствующий направлению (платя и рубашки черного цвета и белые бабочки), в образе присутствует элемент дерзости и скрытого бунтарства. Группа указала широкий круг целевой аудитории в возрасте от 15 до 60-70 лет, но в среднем почитатели такого творчества – люди 35-45 лет.

Группа «А4» представляет направление «Рок». Ребята играют музыку различных стилей: классический рок, рок-н-ролл, блюз. Общий образ группы, а-ля «Битлз», но с ориентацией на русский рок. Особенностью является то, что каждый член команды – индивидуальность, не похожий на другого. Они как будто бы вырваны из разных стилей: вокалист – из эпохи

«Битлз», бас-гитарист представитель русского рока девяностых, соло-гитарист – металлист с энергетикой фанка, ударник – приверженец лучших традиций зарубежной поп-музыки, хотя внешность в данном случае обманчива. Группа выращена на творчестве таких известных групп, как «Metallica», «Звери», «Би-2», «Кино». Голос вокалиста и манера исполнения напоминает стиль Виктора Цоя, но с оттенком фанка. За творчеством группы следят люди от 15-50. Среди них множество представителей таких молодежных суб-культур, как металлисты, панки и реперы.

«So what?» играют альтернативную музыку и рэпкор. Во Владивостоке очень немного групп, играющих в том же направлении. Участники отмечают, что они рушат стереотип о том, что, если группа играет рок, она должна выглядеть сурово и монументально. «So what?», как они отзываются сами о себе: «веселые и попсовые». Визитная карточка – совмещение поп, рок и реп стилей, что группе удается с успехом. В основном «потребители» такой музыки – школьники и студенты от 16 до 24 лет, так как, скорее всего, более зрелый слушатель уже такому стилю музыки не отдаст своего предпочтения. Примерами для подражания этих музыкантов стали группы «Rake against the medicine», «Joe Sartini», «Limp-bizkit» и «Pro pain». Кстати песни «So what?» тоже на английском языке. Манера исполнения, подача очень напоминают стиль группы «Linkin Park», но у группы есть большое отличие – больший упор на инструментальную часть музыки, стремление разнообразить мелодию вариативностью, сменой тональностей. Это заставляет слушать музыку с большим интересом. На концертах группы создает непринужденную, легкую атмосферу, что располагает зрителя отойти от суеты, расслабиться, попрыгать, покричать вместе с исполнителями слова любимой песни.

Проанализировав деятельность всех групп, мы выявили, что у каждой молодежной музыкальной группы, которые мы рассматривали, есть своя особенность, так называемая «фишка». Обнаружив её, слушатель начинает понимать – чем его привлекает именно эта музыкальная группа. У кого-то она находит проявление в музыке, у кого-то в манере поведения, у кого-то во внешнем облике, он эта особенность и является самым важным элементом построения имиджа группы.

На следующем этапе работы мы провели анализ имиджа таких всемирно известных и популярных рок-групп, как: “30 Seconds to Mars” и “Bon Jovi”. Образ первой группы представляет в основном солист – Джаред Лэто, чей внешний вид меняется совершенно неожиданно и более чем кардинально. Группа была основана в 1999 году. С тех пор и начинается эволюция образа Джаред Лэто от мальчика в джинсовой рубашке, по мере смены репертуара, в секс-символа, затем, как пишет о нем пресса в «князя тьмы» и, наконец, в инопланетянина с синими волосами. Смена имиджа участников «Bon Jovi» проходила как-то постепенно, по мере взросления её участников, от мальчиков с растрепанными волосами и в желтых майках до взрослых мужчин в пиджаках. В ходе сравнения, мы выявили некоторые сходства, как, например, раскованность, бунтарство в сочетании со строгостью и четкостью линий, если говорить о костюмах, и, мощная энергетика и содержательность песен в репертуаре данных исполнителей, которые завораживают слушателя и заставляют следить за их творчеством.

Также мы проанализировали известные русские рок-группы. Первой исследуемой группой стала легендарная группа «Ария» – одна из первых, кто начал исполнять музыку в стиле «хеви-металл» в России. Музыка, которую исполняет данная группа, направлена на ограниченный круг слушателей, – любителей тяжелой и довольно мрачной музыки. В текстах песен красной нитью проходит тема размышлений о жизни и смерти. Внешний вид группы достаточно экспрессивен. В общем облике прослеживается протест против правил и стандартов. «Ария» – классический представитель имиджа рок-группы 90-х годов. Прошли годы, но имидж группы не изменился, всё те же длинные волосы, мрачные одежды, единственное, что немного изменило время – направленность музыки, теперь вы можете найти больше лирических, нежели агрессивных, тяжелых композиций, да и репертуар направлен на более широкую целевую аудиторию.

«Звери» же – молодая рок-группа, исполняющая музыку в смешанном стиле: «панк-рок» плюс «фанк». Имидж этих ребят можно описать в двух словах – «Свои парни». Они принимают все суб-культуры, стремятся быть ближе к своим фанатам, чем заслуживают большую любовь. Они играют несложную, но зажигательную музыку. Тексты связаны с простыми человеческими чувствами и состояниями, такими, как любовь, переживания, радость и беззаботность.

Что же говорят слушатели музыки о имидже своих любимых групп? Мы провели опрос среди людей разных возрастных категорий с целью анализа – какую музыку они слушают, следят ли за новинками клипов и концертов группы, и что в имидже любимой группы их привлекает больше всего. И получили следующий результат: большинство опрошенных просто слушают и наслаждаются музыкой и энергетикой, которой заряжает исполнитель. Далеко не все следят за новинками клипов, смотрят концерты любимой группы, и следят за её имиджем. Список музыкальных групп, названных, как любимые чрезвычайно широк, хотя это в основном группы зарубежных исполнителей. В основном, людей привлекает непринужденная, искренняя и эмоциональная манера исполнения, дерзость, бунтарство или яркость, но при всем этом изобилии красок, кумир должен оставаться в глазах своего слушателя человеком, таким, же живым и понятным, как и он сам.

В итоге мы видим, что любовь массового слушателя завоевывают в основном те музыкальные группы, которые: а) заряжают слушателя мощной энергетикой, которую вкладывают в свою музыку и исполнение; б) обладают запоминающейся неповторимой манерой поведения на сцене и манерой исполнения; в) визуально выделяются, отличаются чем-то от других групп; г) дают возможность слушателю найти что-то близкое и понятное в своей музыке.

СЛАВЯНСКИЕ ПРАЗДНИЧНЫЕ ТРАДИЦИИ

Т.О. Павлова, студент

Научный руководитель **И.С. Кочеткова**, канд. истор. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель: выяснить, забыты ли славянские праздничные традиции или нет.

Основой годового ритма жизни славян было чередование будней и праздников. Будни – это, прежде всего постоянная работа на полях, в хлеву, в доме, это время забот, хлопот и усталости.[1]. Праздник – это сакральное время, противопоставленное повседневному времени будней.[2]. Русские относились к празднику как к главному событию в человеческой жизни: «Жизнь без праздника, что еда без хлеба». Праздник – это, прежде всего свобода от работы: «День свят – все дела спят». В это время занимались только самыми необходимыми делами. Нарушение запрета грозило, по народным представлениям, различного рода несчастьями: неурожаем, мором скота, пожаром, наводнением. К языческим представлениям позже добавились христианские, обосновав двоеверную природу славянского мировоззрения. Молебны, крестные ходы, собиравшие в обязательном порядке всех жителей одной деревни, одного села, общее праздничное гулянье – все это сближало людей, поддерживало в них чувство коллективизма. Праздники способствовали укреплению родственных связей. Кроме того, они предоставляли молодежи, стекавшейся на праздник из окрестных деревень, более широкую, чем в другие дни, возможность выбрать брачную пару, а радостная атмосфера снимала чувство неловкости и стеснения во взаимоотношениях полов. [3].

В наши дни многие славянские праздничные традиции забыты. Мировоззрение человека изменилось, так как он живет в условиях индустриальной культуры. Многие события человек оценивает не так как его предки язычники. Но, тем не менее, даже в христианстве до сих пор существуют элементы язычества (например: обряд христосования с покойниками на Пасху). Чтобы узнать о наличии или отсутствии языческих представлений, были проведены

исследования среди сорока студентов. Им были заданы вопросы, посвященные знанию языческих праздников, обрядовости, наличие интереса к этому древнему пласту славянской культуры. 100% опрошенных называют себя православными. Из ответов стало ясно, что многие студенты – 60% знают о языческих праздниках, таких, как Масленица и Святочная неделя, 50% участвуют в них со своей семьей. Сохранились знания о некоторых обрядовых блюдах: блины, как символ солнца на масленицу и поминальные блюда, кутья, которую готовят на сочельник, для поминания предков.

Все сказанное позволяет признать существование двоеверного характера в современной культуре.

-
1. Рыбаков, Б.А. Язычество Древних Славян. Б.А. Рыбаков /М.: 1981.
 2. Кочеткова, И.С. Традиции славянского быта. Учебное пособие/ Владивосток. Издательство ВГУЭС, 2009.
 3. Шангина, И.И. Русские праздники. От святок до святок. АЗБУКА-КЛАССИКА/ И.И. Шангина./ Санкт-Петербург, 2004.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТИРОВАНИИ МЕХОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

Е.Е. Прокофьева, студент

Научный руководитель **Л.А. Терская**, канд. техн. наук, доцент кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Развитие систем автоматизированного проектирования является одним из актуальных направлений совершенствования технологической подготовки производства меховой одежды, так как применение данных систем позволяет сократить материальные и трудовые затраты производства и повысить эффективность труда специалистов. Современные системы автоматизированного проектирования (САПР) одежды охватывают не только производственные технологические процессы и оборудование, производящие продукцию и изделия, но и, предшествующие производственному циклу, этапы исследований, проектирования объектов и систем.

Целью работы явилось исследование проблемы использования современных компьютерных технологий в проектировании меховых изделий. Исследование проводилось путем анализа результатов научных работ, опубликованных в специализированных журналах, Интернет-ресурсах, а также авторефератов диссертационных научно-исследовательских работ.

В настоящее время имеется большое количество разнообразных САПР, отличающихся объемом и качеством выполнения различных этапов конструкторской и технологической подготовки производства одежды, надежностью, производительностью, минимальным комплектом оборудования, необходимого для их функционирования, стоимостью, способностью к развитию, совместимостью с другими системами. Известные российским специалистам системы автоматизированного проектирования одежды, такие как «Грация», «Ассоль», «САПР-мех», «МИКС-Р», «Комтенс», «Julivi» и др., в том числе зарубежные «Investronika» (Испания), «Gerber» (США), «Lektra» (Франция) реализуют многие этапы проектирования швейных изделий.

На основе экономической оценки системы организационно-технологической подготовки мехового полуфабриката к раскрою в Санкт-Петербургском государственном университете технологии и дизайна (СПбГУТД) разработаны метод и технические средства совершенствования процесса назначения меховых шкурок на изделия с учетом некоторых их индивидуальных свойств. Создано методическое обеспечение для проведения входного контроля со-

стояния кожаной ткани полуфабриката и проектирования состава пакета «кожаная ткань-упрочняющий материал» с учетом параметров пушно-меховых и меховых полуфабрикатов и способа их раскроя, на основании математических моделей и программного обеспечения.

В Московской государственной академии легкой промышленности создано программное обеспечение, с помощью которого осуществляется подготовка дизайн-информации для раскроя пушнины методом прямолинейного роспуска.

Большую роль в развитии автоматизированного производства меховых изделий на каждом этапе производства играет почти полное отсутствие формализации основных подходов и методов проектирования, наличие очень большого объема исходной информации и необходимость постоянного её обновления. В этом направлении ведутся исследования Московского государственного университета дизайна и технологии, направленные на создание единой информационной базы данных, обеспечивающей сквозное автоматизированное проектирование меха. Исходя из анализа теоретических и практических разработок по автоматизации проектирования, разработана модульная структура программного обеспечения «САПР-меховая одежда». Данная функциональная модель преобразовывает входную информацию в виде технического и эскизного описания в выходную – описание проектируемого образца. Она является мобильной за счет возможности пополнения информационной основы в соответствии с требованиями моды и удобна для работы с индивидуальным заказчиком, позволяя увидеть проектируемую модель.

С целью проектирования меховой одежды ОАО «Научно-исследовательский институт меховой промышленности» («НИИМП») совместно с Московским физико-химическим институтом разработали «САПР-мех», ориентированную на разработку конструкций изделий из натурального меха. Она содержит систему основных параметров и конструктивных припусков, позволяющих осуществлять построение конструкции мехового изделия по заданным размерам, как на типовую, так и на персонифицированную фигуру. Система выполняет построение базовых конструкций, конструктивное моделирование и расчерчивание контуров лекал в соответствии с методом раскроя. Используемая комплексная методика проектирования меховой одежды позволяет создавать разнообразные силуэтные формы и конструктивные решения на типовую и индивидуальную фигуру.

Ученые и ведущие специалисты ОАО «НИИМП», Московского государственного университета дизайна и технологии, СПбГУТД, Костромского государственного технологического университета и ряда других организации вносят большой вклад в изучение различных свойств пушно-мехового полуфабрикатов, разрабатывают модули САПР, позволяющие автоматизировать конструкторскую и технологическую подготовку производства изделий.

В настоящее время вопросами автоматизации проектирования изделий из натурального меха активно занимаются ученые Омского государственного технического университета. Исследования этого института ведутся в следующих направлениях: совершенствование оценки качества пушно-мехового полуфабриката в автоматизированном режиме; автоматизация конструкторско-технологической подготовки производства; автоматизация проектирования меховых полотен.

Совершенствование оценки качества пушно-мехового полуфабриката в автоматизированном режиме отражено в работах, которые исследуют применение компьютерных технологий в проектировании изделий с учетом теплозащитных свойств меха и формирования пакета материалов меховой одежды на этапе начальной обработки. В рамках этих работ выполнены исследования связанные с автоматизацией процесса расчета теплозащитных характеристик сложного пакета одежды и подбора мехового полуфабриката для различных условий эксплуатации с использованием методов оптимизации. В результате исследования установлено, что на эстетические и технологические свойства создаваемой поверхности мехового скроя изделия существенно влияет качество производственной сортировки, наборки и складки, так как в процессе выполнения этих операций определяются характеристики меховых шкурок.

В направлении автоматизации конструкторско-технологической подготовки производства решаются задачи, связанные с размещением шаблонов в соответствии с заданными параметрами на пушно-меховом полуфабрикате, с формированием поверхности меховых скроев, а так же с разработкой технологических схем процессов изготовления меховой одежды.

Отличие мехового полуфабриката от других швейных материалов определяется его ограниченным контуром сложной конфигурации, различным по свойствам волосяным покровом и кожаной тканью на топографических участках, что влияет на технологические операции мехового подготовительно-раскройного производства, которые выполняются, в основном, вручную на основе многократного перебора и сравнения характеристик пушно-мехового полуфабриката. Омский государственный институт сервиса (ОГИС) при сотрудничестве, с Омским филиалом Института математики им. Л. Соболева с учетом современных тенденций в области развития автоматизации проектирования разработал алгоритмы и программы специализированной «САПР-мех», позволяющие в автоматизированном режиме оценивать качество меховой шкурки и проектировать поверхность мехового скроя, сокращая затраты времени за счет устранения ручного труда. То есть осуществляется входной контроль кожаной ткани, поступающей в работу, при помощи определения комплексного состояния, путем сравнения фактических параметров с рекомендуемыми в нормативно-технической документации, выполняется построение базовых конструкций, конструктивное моделирование и расчерчивание контуров лекал на простые геометрически составляющие – шаблоны в соответствии с методами раскроя. Основой определения параметров шаблона служат среднестатистические размеры кожаной ткани пушно-мехового полуфабриката. Однако в «САПР-мех» не учитывается сложный контур меховой шкурки, изменение ее линейных размеров и площади после операции «правка».

Вызывают интерес научные исследования, связанные с автоматизацией проектирования меховых (ажурных) полотен. В этом направлении активно ведется поиск новых путей компьютерного проектирования одежды, позволяющих автоматизировать творческие этапы: создание эскизов или графических образов моделей; конструктивное моделирование; подбор материала и фурнитуры, оптимальных колористических и фактурных решений для коллекции или конкретной модели.

Совершенствование эскизного проектирования, широкое использование математического аппарата, разработка способов машинного представления графической информации с учетом возможностей современной компьютерной графики – это одно из новых направлений компьютерного проектирования. Разработаны принципы декомпозиции структуры полотен, предназначенных для изготовления изделий из меха, дающие предпосылку к автоматизации их проектирования из множества базовых элементов с использованием приемов комбинаторики. Решение задач создания и имитации фактуры материала, ее художественно-колористического оформления осуществляется за счет существующих специализированных дизайнерских систем, таких как Adobe Photoshop, Picture Portfolio, Tex – Design, Corel DRAW и др.

Следует также отметить, что лишь немногие современные САПР включают модули, позволяющие разрабатывать каталог моделей, подбирать для них различные материалы или создавать новые. Технология визуализации виртуального моделирования одежды, вызывает все больший интерес у производителей. Например, САПР PAD System v.3.7, САПР Optitex v. 5, СТАПРИМ и др. входят программы, позволяющие «виртуально», то есть на экране компьютера, собрать и надеть комплект лекал на манекен. Высокая стоимость мехового сырья делает особенно актуальной задачу тщательной подготовки творческого этапа, в целях его рационального использования.

В целом, развитие систем автоматизированного проектирования идет по пути повышения производительности программирования, которое может быть достигнуто за счет использования наиболее перспективных технологий в этой области с их дальнейшим развитием.

АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА В СОЗДАНИИ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

Д.И. Раменская, студент

Научный руководитель Т.В. Метляева, канд. культурологии, доцент кафедры сервиса и моды

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Имидж государства – это сложное и многоплановое понятие, включающее в себя несколько взаимодействующих между собой сфер. Состояние политики, экономики, социальной и духовной жизни активно влияют на создаваемый имидж государства в целом. Политика задает тему восприятия, экономика показывает статус страны, социальная сфера является основой государства, духовная – показывает историю страны и ее культурное развитие на определенном историческом этапе. Мы уделяем внимание текущим проблемам; активно занимаемся политикой, разбрасываемся громкими обещаниями, поверхностно решаем мелкие задачи, но... не смотрим в будущее.

Каков имидж нашего государства на сегодняшний день? Как себе представляют Россию другие государства? Эти и другие вопросы мы будем рассматривать в данной статье. Имидж нашей страны неоднозначен. Россия – огромное государство, занимающее обширное географическое пространство. Ее территория является местом проживания людей разных религий и национальностей. Эта особая, исторически сложившаяся общность народов, народностей с характерными для них культурными, национальными, мировоззренческими и иными особенностями, но почему-то сдающая свои позиции. Что же мешает нам занять лидирующее положение на международном рынке? На мой взгляд, это непродуманность действий. Ведь стоит обратить внимание на внутренние глубинные аспекты, которые непосредственно влияют на имидж государства, такие как информационная политика, вооруженные силы, аграрная политика и многое другое.

В данном исследовании мы остановили внимание именно на аграрной политике, потому как аграрный сектор – не изолированное явление, а органичное звено экономики в целом. Он связан непосредственно или косвенно со всеми отраслями хозяйства. Именно для России аграрный комплекс является одной из ведущих отраслей создания имиджа государства, потому что Россия исторически земледельческая страна, поэтому не может быть процветающей Россией при трагическом положении в сельском хозяйстве. Односторонний подход лишает нас исторической памяти и не позволяет выйти из тупиков, в которые заводят многие политические и хозяйственные решения. Игнорирование прошлого опыта слишком дорого обходится для последующих поколений. В этом случае реформа становится процессом деятельности государственного аппарата, чуждого идеям и замыслам реформы. В отличие от западных стран мы не уделяем должного внимания аграрной политике, нет государственной поддержки села и индивидуальных предпринимателей в сельском хозяйстве, не налажен аппарат рынка сбыта сельхозпродукции, не установлены ограничения цен. Все это отрицательно сказывается на состоянии сельского хозяйства.

По последним данным до 85% сельскохозяйственных земель деградируют. Всего в России осталось около 15 тыс. хозяйств, которые ещё держатся на плаву. За последние 15 лет площадь сельскохозяйственных культур (земель) уменьшилось на 41 млн. га, (на 34,8%). В связи с этим резко ухудшилось экологическое состояние сельскохозяйственных угодий – засоленность, закисление, переувлажнённость. Около 40% земли у нас подвергается водной и ветровой эрозии. В руках олигархов, банкиров, иностранцев (иностранного капитала) оказалось около 50% земель сельскохозяйственного назначения. Банкротство сельскохозяйственных учреждений ведёт к сокращению рабочих мест на селе (с 8 млн. до 3,8 млн.). За 17 лет исчезло 15 тыс. российских деревень, а еще в 9 тыс. деревень осталось по 20-30 человек, в основном пенсионеры. Можно рассмотреть некоторые данные статистики Росстата.

Поголовье крупного рогатого скота (млн голов) и производство молока (млн т)

Год	Поголовье крупного рогатого скота	Производство молока
1911	34,2	н/д
1913	32,1	19,3
1922	22,9	16,9
1928	37,6	н/д
1933	21,4	н/д
1940	28,3	17,8
1958	33,9	33,0
1990	58,8	55,7
2000	28,0	32,3
2008	21,1	32,4

Что касается нынешнего года, то здесь каждый из нас сам может дать оценку: неурожай в 2010 году гречихи и свеклы вызвал рост цен на гречневую крупу, свеклу и сахар. На данное время, цены на эти товары в 2-3 раза больше прошлогодних.

Люди большого города не видят, а зачастую просто не интересуются положением русского села и это плачевно. Возможно, если бы кто-нибудь из чиновников пожил в селе хотя бы год, то он понял бы всю сложность поддержания сельского хозяйства. На сегодняшний день все мясокомбинаты России работают на иностранном сырье, мы закупаем пшеницу в Канаде, развивая их экономику, совершенно забывая свою. Не проще ли обратить внимание на собственные огромные возможности развития хозяйства в России?

Конечно, мы можем наблюдать, как развиваются центральные сельскохозяйственные районы нашей страны, однако Восточная Сибирь и Дальний Восток всё ещё остаются в разрушенном, нищем положении. Эти регионы брошены государством на собственное попечение. Фермеры сами берут кредиты под залог своих жилых домов, закупают по розничным ценам технику, топливо и удобрения, засеивают поля, выращивают культуры, снимают урожай и... не могут его продать. Никому. Потому что им не выгодно везти сырье за несколько сотен километров и продавать тонну сырья за сотню рублей. Фермеры не могут окупить своих затрат, им нечем платить рабочим, единственное, что они могут сделать – доплатить старый кредит и взять новый. Люди плачут, когда в амбарах портиться никому не нужное сырье, которое мы покупаем за границей. По моему мнению, наше сегодняшнее сельское хозяйство держится только на инициативности этих самоотверженных фермеров, которые болеют душой за свою страну. По оценке национального фонда защиты прав потребителей – 85% продуктов питания фальсифицированы. Не контролируется использование биотехнологии, пищевых добавок к мясной, молочной, хлебной, пивобезалкогольной и кондитерской продукции. Импортная продукция поступает залежалая с 3-6 летними сроками хранения, в то время как свежайшая отечественная продукция пропадает, так и не попав на рынок.

Такое попустительство со стороны правительства подрывает доверие граждан. О каком положительном имидже здесь может идти речь? Со всех сторон сыплется лишь критика в сторону управленческой системы, забросившей отечественного производителя. Никто не говорит, что это легко. Изменение и укрепление аграрного комплекса – долгосрочный и трудоемкий процесс, включающий в себя огромное количество труднейших задач. Об этом говорит и наше правительство. Проблема в том, что дальше разговоров дело не идет. Если мы хотим улучшить имидж государства на международной арене, нужно поднять его уровень в глазах населения. Для этого должны быть комфортные и недорогие условия жизнедеятельности, чего у нас сейчас катастрофически не хватает. Мы срочно должны предпринимать важные шаги по преобразованию сельского хозяйства, ведь оно основа нашей жизни, это наш хлеб. Именно так, и никак иначе: в первую очередь хлеб, а потом уже зрелища.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИИ В РОССИИ

А.Г. Садаев, студент

Научный руководитель **О.К. Говорова**, канд. биол. наук,
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В процессе становления постиндустриального общества маркетинговая деятельность приобретает особое значение. На фоне глобализации особую роль приобретает маркетинг территорий, он позволяет взглянуть на территорию не как на некую пространственную географическую единицу, но и как на объект продвижения, т. е. как на своеобразный продукт, обладающий потребительской ценностью. Для достижения основных целей маркетинг территории разрабатывает комплекс мер направленных на формирование благоприятного имиджа территории, повышение деловой активности, рост популярности у основных потребителей, расширение участия территории в национальных и международных программах [1]. В региональном маркетинге выделяют маркетинг туристских территории. Его специфичность определяется с одной стороны особой природой туристского продукта, с другой – особенностями каждого туристского региона. В конечном итоге целью и отправной точкой территориального маркетинга являются ответы на вопросы: каким должен быть территориальный продукт, каким потребителям его следует предлагать и какими методами следует продвигать территориальный продукт?

В территориальном маркетинге выделяют два направления. Маркетинг на территории и маркетинг, ориентированный на субъектов за её пределами. В целом маркетинг туристских территории – это совокупность действий, направленных на продвижение положительной информации о территории с целью создания, как во внутренней, так и во внешней среде, благоприятного отношения к территории, а также продукции и услугам, выпускаемых на территории, и территориальным условиям бизнеса [2].

Маркетинг территории может быть прямым и косвенным. Косвенный маркетинг территории осуществляют производители услуг: гостиницы, рестораны, туроператоры и др. Часто в рекламе своих продуктов они отражают общую информацию о территории, на которой осуществляют свою деятельность, тем самым, формируя образ территории. Прямой маркетинг территорий представлен специализированными информационно-аналитическими агентствами, основная задача которых сбор, обработка и предоставление информации о регионе во всевозможных аспектах.

Из анализа международной практики продвижения территории, на сегодняшний день, наиболее эффективным является создание информационных центров, для рядового туриста такие организации дают более полную и объективную информацию, так как они именно для этого и созданы. По этим причинам туристские информационные центры являются основным инструментом территориального маркетинга и заслуживают более детального изучения.

По масштабу обзора и предоставления информации туристские информационные центры делят на национальные, региональные и местные. Они могут предоставлять информацию о каком-либо конкретном месте, событии или о стране во всех её аспектах. В минимальном варианте центр может представлять собой обычное справочное бюро, мобильный информационный центр или даже интерактивный терминал, в максимальном варианте – это гостевой комплекс, с пропускной способностью до нескольких сотен тысяч человек в год.

Согласно специфике маркетинга территории информационные центры создаются как внутри, так и вне государства, но функция у них одна – создание привлекательного имиджа территории. Деятельность центров туристской информации редко приносит ощутимую прибыль, обычно это дотационные учреждения, которые финансируются из федерального и местного бюджетов, либо по специальным программам.

В мировой практике известны информационные центры организованные на основе государственной структуры + бизнес и государственные структуры + международные организации.

Продвижение и реклама совместных идей и продуктов в открытом информационном пространстве позволяют осваивать и создавать новые перспективные продукты, услуги и рынки [3].

На необходимость создания информационных центров по туризму указывает быстрый рост количества таких офисов во Франции за последние 10 лет, с нескольких сотен до 3000.

В Венгрии маркетинговую деятельность в сфере туризма осуществляет Национальная корпорация «Венгрия-Туризм» на 100% принадлежащая государству. Для реализации этих целей созданы внутренняя и внешняя маркетинговые сети. Внутри страны работают 9 региональных маркетинговых управлений. Здесь же действует сеть «Туриформ» состоящая из 140 туристских информационных бюро. За рубежом действуют 23 венгерских представительства в 21 стране мира.

Сеть информационных центров Южной Кореи, основанная Национальной организацией туризма Кореи, насчитывает 26 филиалов в разных странах мира. Внутри государства действует сеть из нескольких тысяч туристских информационных центров в том числе, выполненных в форме интерактивных терминалов.

В Италии в большинстве городов созданы Агентства по продвижению туризма. Служба по туризму предоставляет туристскую информацию местного значения и оказывает помощь организационного характера (заказ номеров в гостиницах). В больших городах Италии есть Студенческие туристические центры и центры информации для молодежи, к которым можно обратиться, если Вы желаете узнать, как наиболее экономно можно организовать свое пребывание в Италии.

В России технологии продвижения территории на сегодняшний день находятся в стадии становления. Формирование туристских информационных центров в регионах и на местах находится на начальном этапе развития, так по некоторым данным их число составляет около 60, к ним можно отнести ещё около 150 информационных интернет-порталов. Хотя необходимость создания таких организаций более чем очевидна. Количество российских граждан выезжающих из страны с целью туризма растёт каждый год, и вполне вероятно, что многие хотели бы отдохнуть внутри страны, но препятствием служит недостаток информации о возможностях российских туристских территорий. Многие туристы даже не рассматривают свой собственный регион как место для отдыха и связано это, в первую очередь, с дефицитом систематизированной информации о регионе, его достопримечательностях и рекреационных возможностях.

В современном мире уровень развития туризма в стране это важнейший показатель развития государства, в эпоху стремительно развивающихся технологий развитый маркетинг региона это – залог успеха в условиях жёсткой борьбы за туриста.

Российская Федерация позиционирует себя как страна с динамично развивающейся политической и экономической средой, блестящие победы на международных конкурсах проведения крупнейших мероприятий, таких как Олимпиада, Чемпионат мира по футболу и саммит АТЭС указывают на высокий уровень доверия со стороны международной общественности. Международный саммит, который будет иметь место на территории Владивостока, предоставляет прекрасную возможность для Приморского края заявить о себе на весь мир, безусловно, что качественный маркетинг поможет региону создать привлекательный образ на рынке отечественного и международного туризма, а наиболее эффективным решением вопроса по формированию и предоставлению туристской информации является создание современных туристско-информационных центров.

1. Черная И.П. Территориальный маркетинг [Текст] : учебное пособие для студ. по спец. 06100 «Государ. и муниципальное управление» / И. П. Черная. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2005. – 188 с.

2. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: учебное пособие для студ. вузов, обучающихся по направлению "Туризм" / Е. А. Джанджугазова. – М. : Академия, 2006. – 224 с.

3. Биржаков М.Б. Туристско-информационные центры. Европейская концепция / М.Б. Биржаков, Б.И.Батов, А.А. Костицина // Туристские фирмы, вып. 31.- 2004. – С. 35-43.

ЖЕНЩИНЫ И ВОСТОЧНЫЕ ЕДИНОБОРСТВА

А.А. Фёдоров, студент

Научный руководитель Н.Н. Суворова, канд. пед. наук, доцент кафедры СМиТ

Бурятский государственный университет, г. Улан-Удэ

Целью работы является рассмотрение истории и развитие восточных единоборств для женщин.

Женское боевое искусство имеет давнюю историю и большое количество приверженцев во всем мире.

В отечественной историографии данный вопрос еще не достаточно изучен. Отдельные упоминания о женщинах владеющими искусством поединка встречаются в работах посвященных народным движениям Китая в конце XIX– начале XX века. Например, Калюжная Н.М. в одной из своих работ посвященной восстанию 1898-1901 годов, упоминает об объединенных отрядах женщин под названием «Хундэнчжао» – «свет красной лампы».(1).

В 1993 г. Поповым Г.В. была выпущена работа под названием «Боевые единоборства народов мира», где так же имеется материал женщинах-воинах (2). В связи с развитием гендерной истории в нашей стране появился ряд публикаций посвященных роли женщин в боевых искусствах. В качестве примера можно привести работы Маслова А. А. Николаева С.А., Лоупер Дж (3).

Несмотря на постоянно зависимое от мужчины положение женщины в Китае, свойственный китайцам прагматизм и концепция взаимопревращения инь-ян получили конкретное воплощение в роли женщины в единоборствах. Вследствие этого вполне допустимо и даже желательным сочетание во всем мужского и женского, плавно перетекающего из одного в другое, в том числе и в возможности участия женщины во всем, что связано с понятием «опасность».

Известно, что многие женщины в древнем Китае активно изучали боевые искусства и слыли выдающимися мастерами. При дворе императора были женщины-телохранители, настолько же прекрасные, насколько и изощренные в практике убивать, использующие для этого любой предмет, будь то шпилька для волос или веер. Опытные лазутчики могли преодолеть любые преграды, но обойти очаровательных прислужниц, зорко охранявших покой императора, им не удавалось никогда. (5).

Много женщин-монахинь в разбросанных по всей территории Китая даосских и буддийских монастырях практиковали ушу. И если мужчина в реальном поединке мог рассчитывать на свою физическую силу, то для женщины единственным шансом победить всегда было отточное мастерство и филигранная техника.

История Шаолинского монастыря знает и нескольких женщин-монахинь (6), которые также считались бойцами. Причем первый такой случай – монахиня Шаолиньсы – зафиксирован в летописях буквально через пару десятков лет после создания монастыря. Уже с эпохи Тан появление женщин-монахинь в монастыре стало превращаться в традицию. К X-XII в. здесь жила уже целая группа женщин. Судя по описаниям, монахини селились в дальней части монастыря, отделенной от остальных помещений небольшой стеной. Упоминания о женском послушания в Шаолиньсы хотя и многочисленны, но крайне поверхностны. До конца, например, не ясно, участвовали ли они в совместных с мужчинами ритуалах, тренировках, молитвах. Тем не менее о некоторых монахинях известно, что они были прекрасными мастерами «внутреннего искусства» (7) и ушу. Считается, что первой настоящей монахиней-бойцом стала в конце эпохи Сун в XIII в. некая Чжи, прозванная Шаолинской Феей (8.)

В истории ушу, кроме мастеров-бойцов, известны женщины, основавшие целые направления и школы, пережившие века. Примером этому служит история школы вин чун (9). Вин чун является и поныне одной из наиболее известных школ рукопашного боя. Она была создана около трехсот лет назад в Китае. У истоков ее создания стояла монахиня Нг-Май, чье мастерство ведения поединка не было превзойдено ни одним бойцом ее времени. Предание связано с разгромом Шаолиня 1729 года и имеет несколько версий. По одной из них, распро-

страненной на юге Китая, среди обитателей монастыря был предатель, который и поджег монастырь. Согласно этой версии единственная женщина, которой удалось спастись, стала Нг-Май. Боясь преследований, она укрылась в храме журавля в провинции Юньнань (10). Исходя из своих знаний шаолиньского ушу, она разработала новый, метод самозащиты, который стал прообразом Вин чун. Дальнейшее превращение системы старой монахини связано с именем Бань Вин Чун. Она стала ученицей монахини и за три года овладела всей системой. Переработав стиль Нг-Май, Бань Вин Чун создала оригинальную технику боя голыми руками. Нг-Май, которая позднее стала называться ее именем. После смерти Вин Чун в середине XVII века развивать и совершенствовать стиль стал ее муж Лян Бак Чан.

Еще одним примером применения может служить Фэн Ваньчжень, жившая в годы правления Цинских царей Дао Гуаня и Сянь Фэна. Она с детства начала заниматься ушу и стала храбрым бойцом. Когда в 1860 году англо-французские войска захватили Пекин, Фэн Ваньчжень предложила отцу план борьбы с агрессорами. Она говорила: «Европейцы вооружены огнестрельным оружием, но не знают боевого искусства. Огнестрельное оружие выгодно использовать внезапно и издалека, а искусство боя удобно в уличных боях» – и решила сама стать во главе отряда, чтобы бить врага в ближнем бою. Она лично возглавила отряд молодых земляков и устроила на дороге засаду. Когда противник подходил к месту засады, патриоты смело набросились на врага и уничтожили в этом бою больше 100 человек (11).

В конце 19 века Китай находился в упадке. Изживший себя маньчжурский режим не мог защитить страну от новой экспансии западных держав, В этих условиях, как это и было обычно в Китае, выразителями народного гнева стали тайные общества и создаваемые ими боевые отряды. В начале 1900 года, по мере разрастания движения, самыми известными отрядами становятся «Ихэтуань» и «Ихэцунь» (12). Характерной чертой движения ихэтуаней было активное участие в нем женщин и детей. Считалось, что женщинам в гораздо большей степени, чем мужчинам, подвластна магическая сила, и они охотно присоединялись к повстанцам и создавали свои объединения и отряды. Один из них носил название «Хундэнчжао» (ночные ведьмы), потому что его члены действовали только по ночам. Отряды были сформированы по одним источникам из девочек-подростков, по другим – из вдов – девственниц. Их внешний вид был специфичен: одежда красного цвета, в одной руке – красный веер в другой – красный платок или фонарик. Иногда как и мужчины, они были вооружены мечами или пиками. Руководительницу «Хундэнчжао» звали Хуан Лянь. Она родилась в семье лодочника и до восстания была известна как женщина легкого поведения. В период восстания ей было немногим более 30 лет. Ее считали колдуньей, знахаркой, способной излечивать самые тяжелые раны. Как утверждают источники, женские организации обладали магическими чарами, поэтому ихэтуане в сложной ситуации прибегали к помощи «святых дев». В народе ходили самые невероятные легенды, бытовало мнение, что от одного взмаха веера замолкали орудия, сгорали в городе здания, загорались в море корабли и т. д.

Нельзя не упомянуть о некоей Ван Сялинь. Во время японо-китайской войны слава о ней прокатилась не только по всему Китаю. О ее подвигах ходили легенды и в рядах японской армии. Самой распространенной была легенда о победе Ван Сялинь сумевшей без оружия справиться с вражескими войсками (13).

Сейчас в разных районах Китая также есть немало девушек, занимающихся боевыми искусствами, что свидетельствует об универсальности и массовости ушу, которое в равной мере не только приемлемо, но и полезно для женщин. В особенности при занятиях такими стилями ушу как Син-и цюань, Ба-гуа чжан, Нань цюань (14).

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что женщины в истории восточных боевых единоборств играли не последнюю роль. История Нг-Май, Бань Вин Чун, Фэн Ваньчжень, Ван Сялинь, Хуан Лянь наглядно об этом свидетельствует. Так же это говорит и о том, что женщины ничуть не хуже мужчин овладевают техникой боя, и при наличии желания

и упорства можно достичь тех же результатов. Но при занятиях необходимо, все же соблюдать определенные правила, чтобы мастерство не стало причиной травм и потере здоровья.

1. Калюжная Н. М. Восстание ихэтуаней (1898 – 1901)., «Наука», М., 1978, 363 с.
2. Попов Г.В. Боевые единоборства народов мира. «Феникс», М., 1993, 193 с.
3. Лоупер Дж. Боевые искусства для женщин. «Феникс», Ростов н/Д, 2001, 145 с.
4. Маслов А.А. В поисках истинной традиции, «Феникс», Ростов н/Д, 2003, 75 с.
5. Николаев С.А. Женщины в старых школах ушу.- [http:// www.v8mag.ru](http://www.v8mag.ru) 4.10.2006.
6. См. подр. Маслов А. А. Указ. соч.
7. См. подр. Лоупер. Указ. соч.
8. Лао-цзы. Дао-Дэ цзин./Пер., вступ. ст., коммент. Малявин В.В. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 559 с.
9. За все последующие столетия здесь были воспитаны несколько десятков послушниц-бойцов. Сегодня монахини живут не в Шаолинском монастыре, а в «Обители первого патриарха», хотя формально считаются шаолинскими бойцами.
10. По другой транскрипции – юн чун – «поющая весна».
11. <http://www.nb-info.ru> – 27.03.07.
12. См. подр. Николаев С.А. Указ. соч. .- [http:// www.v8mag.ru](http://www.v8mag.ru) – 4.10.2006.
13. 12.»Ихэтуань» (Отряды справедливости и мира) и «Ихэцуань» (Кулак, поднятый во имя справедливости и мира).
14. См. подр. Калюжная Н. М. Указ. соч.
15. Ци Цигуан. Цюаньцзин. Сяньда М.А. Большой словарь китайского ушу. Ростов н/Д.: Феникс. – 2001. – С. 33.

ПОДБОР ОБОРУДОВАНИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПЛАВАНИЮ

М. Филиппова, студент

Научный руководитель **В.В. Шаповал**,

доцент кафедры физкультурно-оздоровительной и спортивной работы

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Плавание является одним из наиболее популярных соревновательных и оздоровительных видов спорта, так как укрепляет все группы мышц, а также способствует расслаблению организма, а вероятность получения травм минимальна.

Спортивное плавание включает соревнования по видам и дистанциям, определяемым специальными правилами. Соревнования проводятся в бассейнах стандартных размеров (25 и 50 м) на дистанциях от 50 до 1500 м, а также на открытых водоемах в виде проплывов на различные расстояния.

Известны спортивные способы плавания, такие как: брасс, кроль, кроль на спине, баттерфляй.

Плавание известно человеку с древнейших времен. Спортивное плавание зародилось на рубеже 15-16 веков. Среди первых соревнований по плаванию были состязания пловцов в 1515г. в Венеции. В 1538г. вышло первое руководство по плаванию датчанина П. Винмана. Первые школы плавания появились во второй половине 18 начале 19 века в Германии, Австрии, Чехословакии, Франции.

Плавание в России в древности развивалось в основном как прикладной вид, и только в конце 19 начале 20 века оно становится отдельным видом спорта. В XIX веке в России появляются первые школы плавания, проводятся соревнования по плаванию.

С 1921 г. стали ежегодно проводиться крупные соревнования в Москве. Открытые в Москве и Петрограде институты физкультуры начали готовить преподавателей и тренеров по плаванию. Начиная с 1926 г. по плаванию стали проводиться чемпионаты Европы, с 1969 г. – Кубки Европы, с 1973 г. – чемпионаты мира, а с 1979 г.- Кубки мира по плаванию.

Советские пловцы впервые приняли участие в Олимпийских играх 1952 г. Выступили они слабо. Лишь М. Гавриш (Киев) заняла в финале на 200 м призовое место.

В 1954 г. советские пловцы впервые приняли участие в чемпионате Европы. В 1956 г. на XVI Олимпиаде в Мельбурне пять советских пловцов стали бронзовыми медалистами. Само-го большого успеха на международной спортивной арене советские пловцы добились в 60-е годы. Выступая на XVIII Олимпийских играх в 1964 г. (Токио), 16-ти летняя сева-стопольская школьница Галина Прозуменщикова первой среди советских пловцов стала Олимпийской чемпионкой в плавании на 200 м брассом.

В 1980 г. на XXII Олимпиаде в Москве Владимир Сальников впервые в истории плава-ния «выплыл» на 1500 м. из 15 минут. На Олимпиаде в Сеуле золотые медали нашей команде принесли И.Полянский на 200 м. (спина) и В.Сальников на 1500 м. (вольным стилем).

Предстоящие Олимпийские игры в Лондоне нам представляются оптимистично, ведь прак-тически все ведущие спортсмены из сборной России очень молоды: и Зуевой, и Ефимовой, и бронзовому призеру на 200-метровке вольным стилем Даниле Изотову нет еще и двадцати.

Плавательный бассейн (см. Рис. 1) – гидротехническое сооружение, предназначенное для занятий водными видами спорта, такими как плавание, прыжки в воду, подводное плавание, водное поло, подводное регби, синхронное плавание и другими.

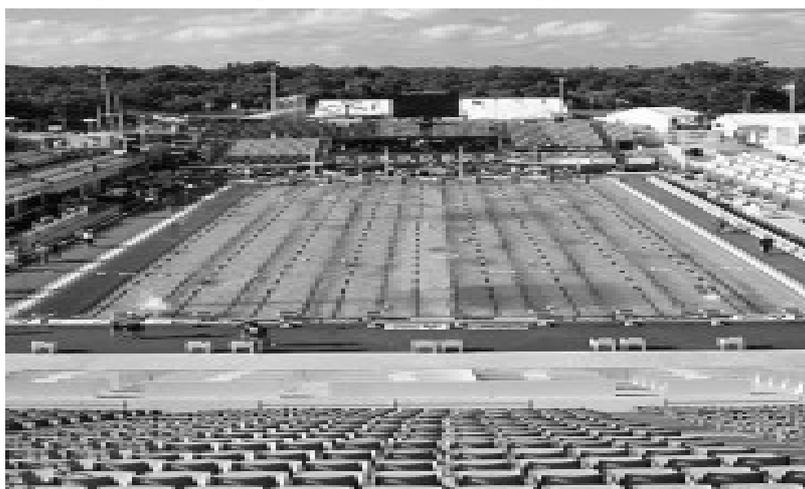


Рис. 1. 50-ти метровый плавательный бассейн

К методам подготовки воды в бассейнах можно отнести подогрев, рециркуляцию, фильтрацию, а также обеззараживание. Если подогрев в первую очередь обеспечивает комфортную температуру среды бассейна, рециркуляция способствует равномерному перемешиванию воды, то в процессе фильтрации происходит непосредственная очистка воды. Для очистки воды в бассейне используются два принципа: механическая очистка (и химическое) или биологическое обеззараживание.

Бассейны классифицируются по следующим признакам: – по назначению: спортивные бассейн, купальные бассейны, учебные бассейны, смешанные (комбинированные) бассейны; – по характеру эксплуатации: бассейны устраиваются на естественных водоёмах и искусственные (наливные); – искусственные бассейны подразделяются на: – открытый бассейн, крытый бассейн, комплексный бассейн, трансформирующийся бассейн, мобильный бассейн; – по размерам: длина бассейнов составляет от 25м до 50м, ширина от 11,4 м до 25 м, в зависимости от количества дорожек; глубина от 1,2 м до 6м в зависимости от назначения бассей-

на, ширина дорожки от 2,25 м до 2,5 м.; – по материалам ванны: стекловолоконные или композитные, бетонные, полипропиленовые, стальные (каркасные).

Согласно правилам ФИНА, ванны бассейнов для Олимпийских игр и чемпионатов мира должны быть 50 метров (25 метров для соревнований «на короткой воде») в длину и 25 метров в ширину, глубина – не менее двух метров. По ширине ванна разбита на восемь дорожек по 2,5 метра, а перед первой и после восьмой дорожки – ещё по одной 2,5-метровой полосе. Все эти 10 полос отделяются друг от друга девятью разделительными гирляндами из поплавков диаметром 5—15 см. Первые и последние 5 метров каждой из них состоят из поплавков красного цвета. Остальное пространство заполнено поплавками зеленого цвета для 1 и 8 дорожек, синего цвета для 2, 3, 6 и 7 дорожек и желтого цвета для 4 и 5 дорожек.

Температура воды должна быть 25—28°C, а освещенность на всём протяжении ванны – не менее 1500 люкс.

В помещениях для занятий по плаванию (зал при ванне для плавания и водного поло длиной 50 м; зал при специализированной ванне для прыжков в воду или универсальной ванне длиной 50 м; зал при ванне для плавания длиной 25 м.) размещается следующий инвентарь: стенка гимнастическая; тренажер для специальной силовой подготовки пловцов; специализированный тренажер для пловцов; перекладина; помост тяжелоатлетический; стеллаж для грифов штанг и гантелей; стеллаж для дисков штанг; мат гимнастический; тренажер – тумба для развития прыгучести; тренажер для развития силы рук; место тренера; зеркало; тренажер универсальный; скамейка гимнастическая; щит для ватерполистов; щит для мини баскетбола; станок хореографический; сетка-ограждение; гимнастические маты; батут; «сухой» трамплин; лонжа универсальная; канат для лазания; ковер; козел гимнастический; мостик гимнастический эластичный; яма для батута; маты под «сухим» трамплином; брусья гимнастические.

Медико-восстановительные центры по согласованию с местными органами здравоохранения могут создаваться в бассейнах с пропускной способностью более 150 человек в смену. В состав медико-восстановительного центра могут включаться также массажные и бани сухого жара. Помещения медико-восстановительного центра рекомендуется объединять в два блока: первый – водолечебные помещения и баня сухого жара с контрастной ванной и душевой; второй – кабинеты электросветолечения, тестов с физической нагрузкой, процедурная. Кабинет врача и массажная могут примыкать к любому из этих блоков.

При проведении мероприятий по плаванию трибуны для зрителей располагаются обычно по продольным сторонам ванн. Односторонние трибуны открытых бассейнов не рекомендуются ориентировать на запад.

На балконах предусматривается один ряд мест для сидения и один для стояния из расчета 9 зрителей на 2 м балкона.

Для отделения зрителей от спортсменов трибуны бассейнов должны быть отгорожены от обходной дорожки глухим барьером.

В крытых бассейнах с 25-метровыми ваннами обычно проектируются трибуны с 4-6 рядами, разделенными посередине проходом-лестницей шириною 1,35-1,6 м; примерная вместимость трибун – 250 (4 ряда), 300 (5 рядов), 360 мест (6 рядов).

В крытых бассейнах с 50-метровыми ваннами обычно проектируются трибуны с 5-7 рядами, разделенными на два или три блока проходами-лестницами шириною 1,35 или 1,8 м посередине блоков; примерная вместимость трибуны 600 (5 рядов), 700 (6 рядов), 840 мест (7 рядов).

Конструкцию сидений на трибунах рекомендуется принимать консольного типа в виде скамей со спинками или штампованных пластмассовых сидений без подлокотников.

На трибунах открытых и крытых демонстрационных бассейнов, предназначенных, для соревнований республиканского и более высокого масштаба, следует, как правило, предусматривать ложу прессы. Число мест в ложе определяется заданием на проектирование.

Так же при проведении соревнований в здании должен быть обязательно вестибюль и кафе, либо буфет.

Площадь вестибюля (без тамбура) определяется из расчета $0,5 \text{ м}^2$ на одного занимающегося в смену (но не менее 20 м^2) и $0,25 \text{ м}^2$ на одно зрительское место. В демонстрационных бассейнах рекомендуется устройство отдельных вестибюлей для занимающихся (соревнующихся) и зрителей. В открытых бассейнах вестибюль для зрителей не предусматривается.

Пути движения занимающихся из вестибюля в раздевалки рекомендуется обособлять от путей движения зрителей.

Гардеробная верхней одежды для занимающихся и зрителей. Площадь определяется из расчета $0,1 \text{ м}^2$ на одно место, но не менее 10 м^2 (в оздоровительных бассейнах – не менее 6 м^2).

Расчетное число мест в гардеробной верхней одежды для занимающихся принимается на 300 % пропускной способности смены. В бассейнах без залов или площадок подготовительных занятий площадь принимается на 200 % численности смены.

Гардеробная для верхней одежды зрителей рассчитывается на 100 % зрительских мест. Глубина гардеробной не должна превышать 6 м. В крытых бассейнах в расчетное число мест следует включать сотрудников, число которых определяется типовыми штатными расписаниями.

Фойе предусматривается в крытых бассейнах, имеющих места для зрителей. Площадь исчисляется из расчета $0,35 \text{ м}^2$ на зрительское место.

Кассы предусматриваются в демонстрационных, а также во всех других бассейнах, где предусмотрено оказание платных услуг.

Инвентарные для хранения переносного спортивного оборудования и инвентаря могут предусматриваться при открытых и крытых ваннах и залах для подготовительных занятий. Инвентарные должны располагаться смежно с залами подготовительных занятий. Пол инвентарной следует предусматривать без порога, а двери шириною не менее 1,8 м; допускаются и открытые проемы. Инвентарные при ваннах должны иметь выход на обходную дорожку.

Буфеты для занимающихся и зрителей должны предусматриваться во всех бассейнах. В бассейнах микрорайонов, а также при пропускной способности бассейна менее 48 человек в смену в отдельных случаях буфеты для занимающихся могут заменяться стойкой для электро-самовара с подсобным помещением для хранения и мытья чайной посуды площадью $4-8 \text{ м}^2$.

При числе зрительских мест менее 600 в крытых бассейнах буфеты для зрителей могут в отдельных случаях предусматриваться на площади фойе переносными, а при числе зрительских мест менее 1200 в открытых бассейнах – на прилегающей территории – привозными.

Зал буфета для зрителей оборудуется стойками для еды стоя. В открытых бассейнах стационарные буфеты для зрителей располагаются, как правило, в открытом подтрибунном пространстве, на верандах и т. п., а их подсобные – в помещениях. В буфетах для занимающихся следует предусматривать оборудование для отпуска горячих блюд, доставляемых из других предприятий общественного питания.

Спортивное плавание – один из самых массовых видов спорта. Большое внимание уделяется материально-техническому обеспечению. Наличие тренировочных баз, широкое внедрение и использование тренажеров, разработанный комплекс восстановительных мероприятий, целенаправленная воспитательная работа дают свои положительные результаты.

ЧУДЕСНАЯ ДИЕТА ИЛИ КАК СТАТЬ СТРОЙНОЙ

А.С. Хапова, А.И. Горшкова, студенты

Научный руководитель **Г.И. Шатаева**, доцент кафедры физкультурно-оздоровительной и спортивной работы

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Мы привыкли питаться по определенным правилам и считаем их единственно верными. Мы знаем, какие продукты для нас полезны, а какие вредны. Мы уверены, что понимаем, отчего люди толстеют и почему не могут похудеть. Так ли это? Всегда ли верны наши убеждения?

Чтобы стать стройной, не обязательно морить себя голодом или пить разного рода химию. Есть другой путь к стройности. Но для начала, давайте разберемся, где грань между стройностью и лишним весом. Ведь один и тот же вес на девушках с различным ростом будет выглядеть по-разному. Можно отталкиваться от ИМТ (индекса массы тела), а можно воспользоваться старым добрым сантиметром.

Современные параметры красоты колеблются в пределах 90-60-90. И пошли они с головы дизайнеров одежды, которым было утомительно шить одежду для всех женских размеров, и они решили вывести «среднее значение».

Мы расскажем, как с помощью трех простых шагов добиться желаемой цели.

Шаг 1. Взвесьте вес и измерьте ваш рост. Чтобы не возиться с калькулятором для измерения своего ИМТ, воспользуйтесь средством наших мам – от роста отнимите 110 см – и это будет ваш предел веса. То есть, при росте 170 ваш предел веса – до 60 кг.

Но есть понятие «тяжелые кости». Поэтому, вооружитесь сантиметром и измерьте свои параметры.

1.1. Пересмотрите рацион. В нем должны быть только натуральные продукты. Не сторонитесь и калорийных. Если калорийный продукт является натуральным – бояться нечего.

1.2. Пересмотрите образ жизни. Если у вас сидячая работа, выделите хотя бы 6 часов в неделю на занятия спортом. Выберите спорт, который требует больше затрат физической энергии и который вам по душе. Это не обязательно должен быть фитнес, которой вы ненавидите еще со школы. Если вы всегда любили плавание – запишитесь в бассейн, если командные игры – найдите группы волейболистов, и т.п. То есть спорт – это не принудительное занятие для похудения. Спорт вы должны воспринимать как хобби, которое приносит пользу вашей фигуре. И здоровью. Занимайтесь спортом, который приносит удовольствие в первую очередь для души.

Шаг 2. Лишние сантиметры – это ничто иное, как запас организма на черный день. Об этом вы уже слышали, и потому стараетесь часто питаться маленькими порциями? Отставить! Питайтесь только тогда, когда почувствуете голод. Можете кушать и после 18.00, если ложитесь спать после 00.00. Питайтесь согласно своему графику и биоритмам.

У кого-то организм лучше всего переваривает утром, а у кого-то во второй половине дня. Следовательно, чтобы избавиться от лишних см на талии – ешьте только тогда, когда просит желудок. Давайте ему то, что он просит. Научитесь к нему прислушиваться. Сегодня он хочет сладкое, завтра соленое. Не насилуйте его словами «тебе этого нельзя, я на диете» – желудок обидится и начнет функционировать неправильно, вследствие чего, вы получите еще пару дополнительных сантиметров. Хочется фруктов – пожалуйста! Хотите макарон – тоже можно съесть (но только высшего сорта) – такие вещи вы должны внимательно выбирать.

Итог 2 шага: ешьте только то, что просит желудок, и в тех количествах, которые он просит. Ни в коем случае не морите его голодом, но и не перекармливайте его! Прислушайтесь к его желаниям, а не рекомендациям псевдомедицинских журналов.

Шаг 3. Ваша стройность в вашем сознании. Если вы считаете себя стройной – так думают и другие. Вы когда-нибудь слышали про массовый гипноз? Так вот, представьте себя стройной. Одевайтесь так, как, по вашему мнению, одеваются стройные девушки.

Научитесь правильно одеваться. Удачно подобранная одежда поможет вам выглядеть стройнее. И здесь можно дать несколько советов.

Попробуйте носить одежду одного цвета. Цвет должен быть темный (черный, темно-синий, темно-серый, шоколадный). Такая одежда делает фигуру красивее.

Избегайте складок. Конечно, плиссированные юбки и кофточки выглядят привлекательно, но насколько они украсят вашу фигуру? Они могут сделать ее более объемной. Если же ваша цель – быть стройной, то лучше носить одежду простого кроя.

Топ с v-образным вырезом. Маленький вырез немного огрубляет ваш силуэт. А вот v-образный вырез идет практически всем. Шея кажется более длинной, и фигура, соответственно, более стройной.

Брюки плюс обувь на каблуках – неплохой вариант. Каблуки сделают вас выше, а если еще вдобавок подобрать брюки и туфли, максимально похожие по цвету, то вы будете поражать окружающих изяществом своей фигуры.

О том, что одежда в вертикальную полоску делает стройнее, знают многие. Но здесь тоже нужно знать меру. Оптимальный вариант – сочетание брюк в тонкую полоску и однотонной блузки, или же полосатого платья классической формы и водолазки.

Одежда должна быть именно того размера, который нужен. Неуверенные в себе люди часто надевают вещи большего размера. Однако такая одежда смотрится ляповато. А одежда меньшего размера, чем требуется, лишь подчеркивает имеющиеся недостатки фигуры. Так что носите то, что вам подходит по размеру.

Еще одно действенное средство сделать фигуру стройнее – длинные бусы и ожерелья, они должны заканчиваются в районе талии.

Платье с запахом – уменьшает талию и скрывает недостатки фигуры. А если оно пошито из тонкого трикотажа или джерси, то вы будете выглядеть потрясающе.

Если вещь вам нравится, и она вам подходит – покупайте и носите на радость себе самой.

Вот так все просто. Любой врач, диетолог или психолог, скажет, что наш лишний вес от того, что мы не умеем жить в гармонии с самим собой. Как только эта гармония восстановится – ваша фигура станет такой, о которой вы мечтаете.

Вне зависимости от особенностей фигуры не забывайте о том, что женщину делает красивой не внешность, а ее отношение к себе. Любите себя, заботьтесь о себе, балуйте себя, и вы будете самой прекрасной всегда!

-
1. Кудашева В. Чудесная диета или как стать стройным. [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.xebun.tk/kniga-kudashova-v-chudesna...>
 2. Чудесная диета. [Электронный курс] Режим доступа: cool-book.ru/content/285.htm

НАПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

А.В. Чернавцева, студент

Научный руководитель **Н.В. Старичкова**, канд. хим. наук, доцент,
профессор кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В настоящее время происходит процесс модернизации всей российской системы образования, механизмы действия которой, еще не сформированы. Соответственно, существует необходимость изучения мирового опыта образования и воссоздавать самые эффективные и инновационные формы и механизмы в России.

Развитие образования в сфере туризма имеет схожие черты во многих странах:

- разделяется по принципу превалирования в процессе обучения практики или теории;
- акцент на практическом применении знаний и умений, большинство школ и университетов имеют интегрированную тренинговую базу для студентов;
- тенденция международного сотрудничества университетов, в целях повышения качества подготовки специалистов.

Интеграция в мировом образовании – тенденция, которая характерна для всех стран на региональном и глобальном уровнях. Интеграция в образовании – часть сложного и всеобъемлющего процесса сближения, взаимодействия и взаимопроникновения национальных структур.

Таким образом, целью работы является поиск путей международного сотрудничества России в сфере туристского образования, на примере российско-австралийского сотрудничества.

Задачи:

- характеристика основных существующих концепций образования в туризме;
- анализ австралийской системы подготовки туристских кадров;
- анализ путей и возможностей сотрудничества российских университетов с австралийскими учебными учреждениями по программам туристской направленности.

Центром зарождения туристского образования явилась Европа. Ярчайшими представителями европейской системы являются Германия, Англия и Франция.

Немецкая система сформировала серьезных практиков с четкой операционной ориентацией.

Диаметрально противоположной является английская система, которая, в основном, базируется на обучении в аудитории, и ориентирована на те позиции, где осуществляется контроль, организация, управление, чем на операционно-производственные посты.

Французская система соединяет в себе последовательность стажировок и обучения в школе как в целях подготовки практиков низкой ступени, так и для подготовки кадров среднего звена.

Ценным для формирующейся российской системы образования является опыт Австралии, система образования которой демонстрирует хороший баланс отношений между государством, учебными учреждениями и отраслью.

Австралийская система профессионального образования основывается на двух уровнях:

– Система VET: профессионально-техническое образование, государственная система TAFE, стажировки и обучение на предприятиях.

– Высшее профессиональное образование: бакалавриат, магистратура, докторантура.

В 2010 году более двух миллионов студентов было принято в 250 институтов TAFE по всей стране, количество студентов по туристским специальностям на курсах TAFE превышает количество студентов высших учебных учреждения более чем 7 раз.

В Австралии существует около 90 программ всех уровней образования, ведущих подготовку кадров в сфере туризма.

В 2009 году по специальностям туризма и гостеприимства обучалось 33,5 тыс. человек (рис. 1).



Рис. 1. Динамика количества студентов на туристских программах

Основными объектами изучения туристских программ бакалавра и магистра являются туризм, гостиничный бизнес и событийные мероприятия.

Многие австралийские вузы предлагают такие программы как туризм/правоведение, гостеприимство/управление персоналом, туризм/событийный менеджмент и другие.

Что касается стратегии сотрудничества, то оно может происходить в следующем направлении:

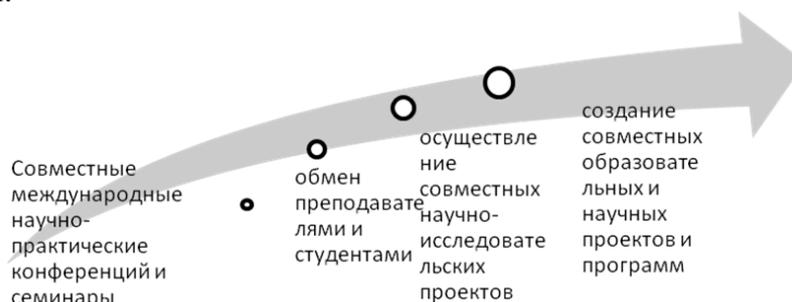


Рис. 2. Вектор развития отношений учебных организаций

Отношения университетов обычно начинаются с небольших мероприятий, таких, как конференции и семинары, это ведет к лучшему пониманию сторонами друг друга и помогает избежать ошибок в будущем.

Создание международных виртуальных аудиторий: ВГУЭС имеет опыт в этой сфере, т.к. с 2008 года проводится видеокурс с Университетом Восточной Каролины.

Помимо этого, возможны следующие схемы сотрудничества:

- организация производственной практики студентов;
- учеба в России + курс TAFE – курсы интересны тем, что имеют большой выбор различных программ, например в экотуризме, менеджменте мероприятий, спортивном туризме и других, не представленных на российском образовательном рынке.

Наиболее высокая степень академического сотрудничества достигается при реализации международных программ двойных или совместного дипломов.

При этом вузы сталкиваются с вопросами, связанными непосредственно со структурой и содержанием подготовки, степенью их документированности.

Для решения этих задач необходимо проводить существенные изменения в учебном процессе и управлении. Это большая работа, но она принесет и свои ощутимые результаты:

- создание предпосылок для более широкой профессиональной мобильности и востребованности на рынке труда;
- преподаватели получают новые возможности для профессионального сотрудничества и роста;
- университет получает более качественные и привлекательные образовательные программы и новые возможности сотрудничества с другими вузами, использования их опыта в самых разных областях и, как итог, растущую репутацию и конкурентоспособность.

Таким образом, международное сотрудничество в области образования является перспективным направлением развития университетов. Оно является сильнейшим стимулом для совершенствования образовательных систем и процессов, делает возможным обмен информацией, положительным опытом.

ПРОДВИЖЕНИЕ ИМИДЖА ВГУЭС ПОСРЕДСТВОМ СМИ

А.И. Черненко, студент

Научный руководитель **Е.В. Ткаченко**, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы определить слабые стороны имиджа образовательного учреждения и проанализировать СМИ как один из элементов позиционирования вуза.

На рынке образовательных услуг жизнеспособными оказываются только конкурентоспособные учреждения. Конкурентоспособное образовательное учреждение – это учреждение, которое обеспечивает устойчивый уровень качества образовательных услуг. Когда образова-

тельное учреждение, предлагает образовательные услуги и обеспечивает устойчивый уровень их качества, то оно начинает работать над созданием собственного имиджа.

Идея о связи имиджа организации с ее конкурентоспособностью не является новой. Научные исследования свидетельствуют, что главной функцией имиджа является формирование положительного отношения к кому-либо или чему-либо. Если положительное отношение сформировано, то за ним, как результат влияния социальных связей, обязательно последуют доверие и, в свою очередь, – высокие оценки и уверенный выбор. Такова психологическая цепочка, порождаемая положительным отношением. К тому же положительный имидж, как правило, способствует повышению престижа, а следовательно, авторитета и влияния. Позитивный имидж является также важным фактором высокого рейтинга, что очень важно в насыщенной разнообразной информации публичной деятельности.

Положительный имидж формируется только на основе устойчивой качественной образовательной услуги. Прежде чем говорить об имидже образовательного учреждения, необходимо уточнить смысл понятия «имидж».

Современный словарь трактует понятие «имидж» как целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы.

Обратим внимание на несколько ключевых слов: «целенаправленно» – то есть, имидж – это то, что можно планировать и создавать; «эмоционально-психологическое воздействие» – то есть, он «работает» с чувствами, а не только с логикой; «воздействие на кого-либо» – то есть, необходимо увидеть тех субъектов, ради которых вся эта работа и затевается.

Под имиджем образовательного учреждения мы понимаем сложившийся в массовом сознании эмоционально окрашенный образ Вуза, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума.

Автор книги «Имиджелогия» В.М. Шепель к основным характеристикам имиджа образовательного учреждения относит, в первую очередь, образ руководителя (его способности, установки, ценности социально-психологические характеристики, внешний вид), затем образ персонала образовательного учреждения, кроме этого, уделяется внимание представлению социального окружения о качестве образования, стиле учреждения, уровне комфортности, цене образовательных услуг и внешней атрибутике.

Говоря об имидже, необходимо иметь в виду, что у него всегда есть две стороны – одну определяет отношение к нему внешних аудиторий, которым собственно адресован данный имидж, и другая – данный имидж в представлении самого носителя имиджа, а именно учебного заведения. Из сказанного логично следует два вывода. Первый вывод, если мнения сторон совпадают – эффект (общественный и коммерческий) получается положительным, если существует диссонанс между мнениями, желаемый результат не достигается. Вывод второй, профессиональный подход к формированию желаемого имиджа учебным заведением должен строиться на полномасштабном и всестороннем изучении аудитории, которой данный имидж адресован.

С понятием имиджа тесно связана и репутация образовательного учреждения, которая складывается из нескольких составляющих и которая удерживается в массовом сознании долгие годы. Отличие имиджа от репутации, заключается именно в том, что репутация является итогом построения имиджа.

Можно выделить постоянные и переменные слагаемые позитивного имиджа образовательного учреждения.

К числу постоянных слагаемых относятся:

- четкое определение педагогическим коллективом миссии и концепции образовательного учреждения;
- оптимистичный настрой и доброжелательный микроклимат коллектива;
- педагогическая, социальная и управленческая компетентность сотрудников;

- сформированный образ руководителя-профессионала, лидера, личности яркой, увлеченной, обладающей неформальным авторитетом, способной вдохновить коллектив на достижение высокой цели;

- эффективная организационная культура образовательного учреждения, включающая разделяемые всеми нормы, ценности, определенную философию управления, весь спектр взглядов, отношений, определяющих специфику поведения коллектива в целом;

- качество образовательных услуг;

- наличие и функционирование общественных организаций;

- наличие яркой внешней символики.

К числу переменных слагаемых можно отнести:

- содержание миссии и приоритеты образовательного учреждения;

- виды образовательных услуг;

- материальную базу образовательного учреждения.

Следовательно, при работе над созданием устойчивого позитивного имиджа образовательного учреждения необходимо первостепенное значение придавать, прежде всего, неизменным и постоянным компонентам.

Главная цель позиционирования Вуза, это превращение университета в устойчивую саморазвивающуюся систему, эффективно взаимодействующую с окружающей средой. Стратегия является базой социально-экономического роста университета, обеспечивающей обоснованные направления его развития. Руководство вуза сможет не только заниматься текущими проблемами, но и приступить к систематизации отдельных тенденций, мероприятий и планов, увязать разные программы и проекты, концентрировать и рационально использовать ресурсы вуза. Стратегия позволяет сформулировать потребности университета как основу действий, повышает его конкурентоспособность и делает вуз уникальным.

Любая организация не может успешно работать в современных условиях постоянной конкуренции, если она не имеет конкретных долгосрочных ориентиров, целей, показывающих партнерам, конкурентам и собственным сотрудникам, к чему она стремится, чего хочет добиться. В качестве общей цели и содержания деятельности вуза выступает его миссия, которая должна выражать главный смысл существования организации, определять ее роль в системе общественных отношений, формулировать принципы взаимодействия с окружающей средой. В миссии содержатся общие положения о том, чем является организация в данный момент, на что делается упор при достижении стратегических целей, что она предлагает обществу и чем отличается от других подобных организаций. Миссия университета: «ВГУЭС – предпринимательский инновационный университет, центр образования международного уровня в сфере бизнеса и сервиса. Университет занимает ведущие позиции в области информационных технологий в образовании, содействует укреплению позиции России в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Мы готовим студентов к успеху в учебе, карьере и жизни».

Основные составляющие, которые обеспечивают реализацию миссии и стратегии ВГУЭС:

- быть активным участником политического, социально-экономического и культурного развития Дальнего Востока;

- быть открытым для установления партнерских отношений с региональными сообществами в образовательных, научных и культурных проектах;

- быть объектом гордости жителей города Владивостока и Приморского края, благодаря передаче знаний, умений, ресурсов и ценностей;

- быть научным сообществом, развивающим динамичную научную среду, творческие экспериментальные площадки, проектно-ориентированные технологии прикладных исследований для предприятий малого и среднего бизнеса;

- быть сообществом студентов и сотрудников, разделяющих ответственность за выполнение миссии университета и получающих признание за свой вклад в его развитие.

Одним из методов продвижения имиджа образовательных учреждений является средства массовой информации, с помощью которых можно повлиять на имидж Вуза, на взгляды людей об образовательном учреждении, пропагандировать те или иные идеи и информировать целевую аудиторию. Понимая это, высшие учебные заведения, заинтересованы в позиционировании своих услуг, и с максимальной эффективностью используют все возможности СМИ. Для этого в первую очередь необходимо чётко представлять предпочтения своих целевых групп и создавать понятные и интересные рекламные сообщения.

Для изучения общественного мнения в отношении продвижения имиджа ВГУЭС через СМИ были опрошены мужчины и женщины, общее число, которых составило 60 человек. В ходе анкетирования было выявлено, что 57% часто встречают информацию о ВГУЭС, 29 % получают информацию через телевидение, 27 % опрошенных через наружную рекламу и 17 % через печатные издания. Так же 78% опрошенных считают, что СМИ формируют положительный имидж Вуза и только 22% считают, что особо не формируют. Для усиления продвижения имиджа ВГУЭС через СМИ, будет разработана телевизионная программа, с участием преподавателей и студентов университета. Опрос показал, 70% респондентов считают, что сотрудничество Вуза и телеканала, повлияет на продвижение имиджа ВГУЭС.

В результате проведенного анализа, можно сделать вывод, что СМИ является неотъемлемой частью продвижения имиджа Вуза. Хорошо продуманная реклама, созданная усилиями профессионалов, выступает фактором конкурентного преимущества образовательного учреждения.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

Чжын Бог Ен, студент

Научный руководитель **В.С. Бурилова**, канд. истор. наук,
доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

На современном этапе, Корея стремится к динамичному развитию и намерен к 2010 году превратить туризм в одну из важнейших экономических отраслей. Из данных рисунка 1 видно, что резкий спад доходов наблюдался в 2003 году, что объясняется эпидемией, но в 2004 году, корейская туристическая индустрия полностью восстановила свою мощь, и в 2010 году доходы Кореи от международного туризма достигнут 53 млрд. долл. [1]

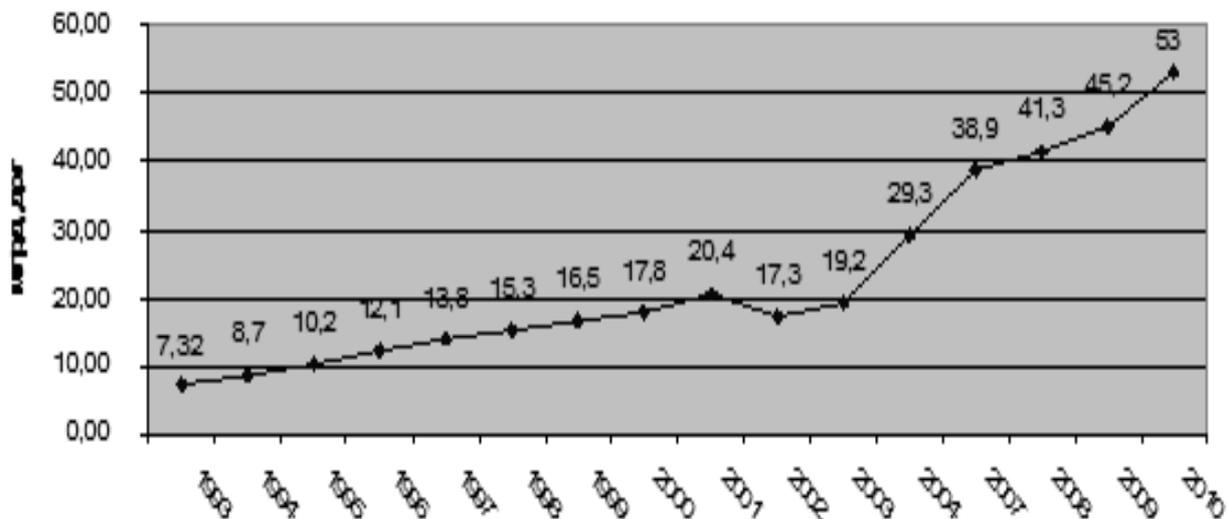


Рис. 1. Доходы от международного туризма (в млрд. дол.) 1993-2010 гг.
(Национальная Организация Туризма Республики Корея, прогноз ЮНВТО)

Современное состояние туризма в Республике Корея характеризуется следующими факторами:
С одной стороны:

- усиление государственной поддержки со стороны как республиканских законодательных и исполнительных органов, так и органов местного самоуправления;
- наличие в республике крупных туристских объектов и маршрутов
- развитая инфраструктура туризма;
- ежегодное увеличение количества туристов, посещающих республику;
- системное рекламно-информационное продвижение туристского потенциала на международный рынок.

С другой стороны:

- примитивные республиканские законы, обеспечивающие приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма, развития инфраструктуры туризма;
- отсутствие правовых и финансовых механизмов, способствующих созданию туристско-этнографических зон.

На сегодняшний момент, корейский туристический рынок претерпевает большие изменения, которые выражаются в ужесточении конкуренции, как между собой, так и между иностранными компаниями.[2] Но этот процесс увеличения фирм, оказывающих туристские услуги, говорит о количественном, и качественном улучшении структуры туристского рынка Республики Корея. В соответствии с Законом о развитии туризма, бюро путешествий разделены на 3 категории:

1. Туристические агентства общего профиля: 426 (обслуживают как корейских, так и иностранных туристов).
2. Международные туристические агентства: 2089 (обслуживают корейцев, выезжающих за рубеж).
3. Внутренние туристические агентства: 2461 (обслуживают корейцев, путешествующих внутри страны).

Говоря о негативных факторах, следует отметить, что существенной особенностью ситуации на рынке туристских услуг Республики Кореи являются кризисные явления и спад курса вон по отношению к доллару. Другим, наиболее мощным сдерживающим фактором, значительно снизившим деловую активность туристской отрасли Республики Кореи, явился финансовый кризис. Снижение уровня туризма так же было вызвано повышением стоимости услуг (авиа, железнодорожные билеты). Под давлением этих неблагоприятных факторов туристские фирмы Республики Кореи понесли большие убытки. [3]

Республика Корея обнародовала амбициозный план – привлечь в страну до 7 миллионов иностранных туристов в нынешнем году, что обеспечит поступления в доход государства в размере 5,8 млрд. долларов США. В 2008 году Республику Корея посетили около 7,3 млн. иностранных туристов, потратив 6,8 млрд. долларов США. По данным проведенного недавно опроса, посетившие Южную Корею в прошлом году туристы за время пребывания в стране тратили в среднем по 264\$ на человека. В среднем они находились в Корее около 6 дней. Рейтинг основных направлений на рынке туристических услуг Республики Корея – это Япония, затем Китай и Таиланд, а доля России невелика по сравнению с другими странами.

В Южной Корее существуют хорошие возможности для развития туризма. Красивая природа, историческое наследие, горы и море делают ее привлекательной для туристов. По праву самый популярный вид туризма – горный туризм и горнолыжный курорт.[4] Корея так же известна как центр многочисленных международных выставок. На выставках можно познакомиться с последними технологиями электроники, узнать новые тенденции развития технического оснащения автомобилей, побывать на международных презентациях игрушек и товаров для детей или оборудования, одежды или спортивного снаряжения. Большая часть туристов отправляется в Корею с деловыми целями. Особенно много бизнесменов отправля-

ется в Корею зимой, и, как правило, многие проезжают транзитом.[5] Стабильно высоким спросом пользуется у шоп-туристов.

Главную роль в инфраструктуре играет гостиничный комплекс туристического назначения, который состоит из 38 тысяч единиц гостиничных сооружений, среди которых 9800 уже достигли уровня международного стандарта звезды (239 пятизвездочных гостиниц, 963 четырехзвездочных гостиниц, 3867 трехзвездочных гостиниц, 5222 двухзвездочных гостиниц, 670 однозвездочных гостиниц), структура звездных гостиниц представлена на рисунке 2.[8]

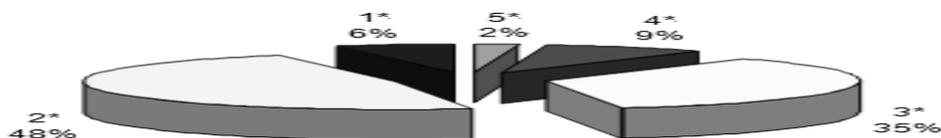


Рис. 2. Соотношение гостиниц различных категорий, имеющих звездную квалификацию по данным на 2005 год (ЮНВТО, 2005)

В области внутреннего туризма, в 2005 году, количество внутренних туристов составило 20 млн. чел., увеличившись на 10% по сравнению с прошлым годом. При этом доход от туризма внутри страны достиг 66 млрд. дол., по сравнению с предыдущим годом, увеличился на 12,2%. В настоящий момент, Корея, опередив Японию, стал самой крупной страной по выездному туристическому потоку в азиатском регионе. До конца 2005 года включительно, уже 117 государств и регионы были официально допущены и рекомендованы Правительством Республики Корея в качестве целевых стран для туристического посещения гражданами Кореи. Среди них, 76 уже допущены для посещения на уровне туристических групп.[6]

Анализ статистических данных показал, что в 2005 году, количество выехавших за рубеж составило 28 млн.852 тыс. чел., что на 42,68% больше по сравнению с 2003 годом. В 2007 году, 608 тысяч корейских граждан посетило Россию, что на 20,5% больше, чем в 2003 году. [1]

По заказу Всемирной туристской организации (ЮНВТО) и Европейской комиссии по туризму (ЕКТ) Европейской ассоциацией туроператоров (ЕТОА) было проведено исследование перспектив корейского направляющего рынка. По прогнозу ЮНВТО, к 2020 году Республика Корея будет направлять за границу до 8 миллионов туристов ежегодно.[4] В случае подтверждения прогноза и сохранения указанных пропорций, в 2020 году Европа может рассчитывать, по меньшей мере, на 5 миллионов туристов из Кореи, что связано с предоставление странам Европы статуса стран, рекомендованных для посещений.[1]

До конца 2005 года включительно, корейская туристическая индустрия освоила иностранные капиталовложения объемом примерно в 60 млрд. долл., что составляет 12% от общего объема инвестиций в различные отрасли и хозяйства страны.[7]

В 2007 году Корею посетили 32573 тыс.чел. россиян, что на 21% больше, чем за аналогичный период 2006 года, а общее количество туристов из России за год составило 2,8 млн. чел.. [8] Как указана на рисунке 3, доля россиян в общем количестве гостей Южной Кореи составила 3,7%, что ставит страну на 6-ое место после Японии, США, Китая, Тайваня и Филиппин.[6]

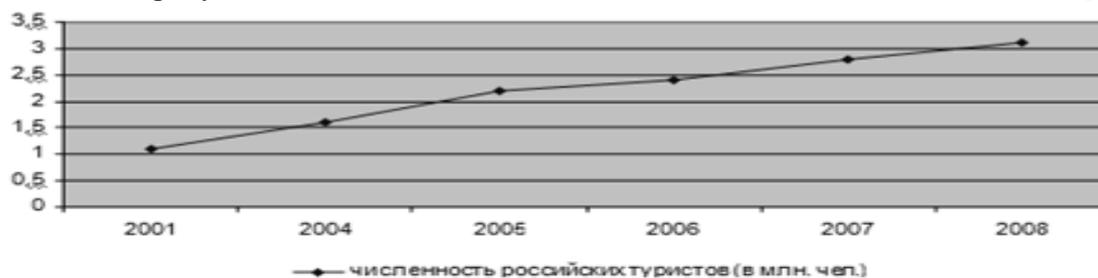


Рис. 3. Динамика роста численности российских туристов (в тыс.чел.) 2001-08 гг.

До 2010 года, Корея будет стремиться достичь увеличения въездных турпотоков до 5 млн. чел., что будет соответствовать 7% ежегодного прироста в среднем. Валютный доход от

туризма должен достичь уровня 53 млрд. дол, что будет соответствовать 8% ежегодному приросту в среднем. Внутренние туристические потоки увеличатся до 1,69 млрд. чел., прирост 8% в среднем ежегодно. Доход от внутреннего туризма должен составить 106 млрд. дол., ежегодный прирост составит 10%.

В целом Корею можно охарактеризовать, как страну с огромным рекреационным потенциалом и развитой инфраструктурой. Специфика природы, культуры, истории позволяет сказать о Корее, как о перспективной стране. Обладание историческими, культурными и религиозными ценностями, отличным от европейских стран характеризует страну как перспективное азиатское направление. Протяженность территории данной страны позволяет говорить о различных видах туризма и широкого места предполагаемого отдыха.

1. Корея в мировом туризме [Электронный ресурс]-Сеул: Официальный сайт ЮНВТО, 2008. – Режим доступа: <http://www.unwto.org/>.
2. Развитие туризма Кореи: отчетный бюллетень. – Сеул.: НОТК, 2002. – 21 с.
3. Ирисова Т.А. Основные тенденции развития туризма /Т.А. Ирисова// Курортные ведомости. – 2006. – №2. – с.23-24.
4. Развитие туризма Кореи: отчетный бюллетень.- Сеул.: НОТК, 2005. – 40 с.
5. Андреев Д.А. Перспективы развития турбизнеса/Д.А. Андреев [Электронный ресурс]/RATA news ежедневная электронная газета для профессионального турбизнеса- Электрон. журнал. – 2006. – №1. – Режим доступа: <http://ratanews.ru/>.
6. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе/М.А. Жукова – М.: КНОРУС, 2005.-192 с.
7. Зорин И.В. Ваш отдых наша профессия /И.В. Зорин// Платное образование. – 2006. – № 12. – С. 48-50.
8. Культура Восточной Азии: прошлое и настоящее: материалы Международной научной конференции (16-17 сентября 2000 г.). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2001. – 12 с.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКАЯ ТИПОЛОГИЯ ОБРАЗА УЧИТЕЛЯ

К.В. Шадрина, студент

Научный руководитель **Е.В. Ткаченко**, старший преподаватель кафедры сервиса и моды

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Цель работы: выявить культурно-историческую типологию образа учителя и выявить представления у аудитории об образе учителя на современном этапе.

Время, в которое мы живем, – время перемен. Наше общество осуществляет исключительно трудную, но исторически неизбежную и необратимую перестройку. Такие изменения в обществе, во всем нашем жизненном укладе сложны тем, что они требуют изменения нас самих. В связи с этим возрастают, в частности, требования к имиджу педагога. Формированием имиджа занимается специальная наука – имиджелогия.

Имиджелогия – новая отрасль научного знания, и как все новое, она требует осмысления. Создание имиджа – длительный и сложный процесс, успешность которого зависит от условий и технологий формирования имиджа. По мнению В.М. Шепеля, имиджирование – ряд преднамеренно выстроенных моделей поведения.

Создание имиджа – длительный и сложный процесс, успешность которого зависит от условий и технологий формирования имиджа. По мнению В.М. Шепеля, имиджирование – ряд преднамеренно выстроенных моделей поведения.

Понятие «имидж» имеет много различных определений. Краткий психологический словарь под редакцией А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского определяет имидж как «стереоти-

пизированный образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании. Как правило, понятие имиджа относится к конкретному человеку, но может также распространяться на определенный товар, организацию, профессию и т.д.» Специалист в области социологии управления и имиджологии В.М. Шепель дает такое определение: «Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания».

Понятие «имидж» обнимает свой набор индивидуальных качеств, включающий в себя естественные свойства личности и специально наработанные, созданные:

- Неординарную (а не просто привлекательную) внешность.
- Уверенность в себе.
- Профессионализм и компетентность.
- Креативность (способность к творческому решению задач).
- Риторические способности.
- Владение психотехнологией (техникой управления собой и другими) и др.

Все это тесно связано как с внешним обликом, так и с внутренним миром человека, с его психотипом, должно отвечать запросам времени и общества. Так, любое составляющее имиджа педагога несет совершенно определенную информацию и соответственно активизирует его восприятие учениками.

Педагог – профессия особенная. Учителя всегда на виду, рядом с ними ученики, коллеги, родители. Часто педагог теряет авторитет своих подопечных потому, что не интересен им как личность. Без интереса к личности учителя нет интереса к предмету. Это бесспорно. Интерес к личности учителя – средство активизации интереса к предмету. Именно ученики дают энергию жизни учителю, а учитель открывает им «новые горизонты». Образ учителя должен вдохновлять. Как бы ни был профессионально подготовлен учитель, он просто обязан постоянно совершенствовать свои личностные качества, создавая, таким образом, свой имидж. Учителя слишком занижают значение своего имиджа. По данным социологических исследований, только 19% педагогов удовлетворены своим внешним видом. А ведь имидж – своеобразный инструментарий, помогающий выстраивать отношения с окружающими.

Воздействие преподавателя на ученика не может ограничиваться способом обучения. Это сложный многогранный процесс, в котором происходит передача социокультурного опыта, а влияние межличностного взаимодействия педагога и ученика отражается на формировании эмоциональной, волевой, интеллектуальной сфер психики школьника. С момента возникновения педагогической профессии за учителями закрепилась, прежде всего, воспитательная функция. Исторически формировались идеальные представления об образе учителя: любовь к детям и своему предмету; радость от общения с ними; хорошее знание своего предмета, психологии и педагогики; способность и умение формировать всесторонне развитую личность учеников. В зависимости от личностных и деятельностных особенностей выделяются основные типы учителей: наставник, воспитатель, новатор, исследователь, профессионал.

В образе **учителя-наставника** включаются такие характеристики, как духовное развитие, социальная зрелость, знание предмета, всесторонняя образованность, ответственность за формирование личности и ее самореализацию.

Образ **учителя-воспитателя** предполагает способность строить успешные взаимоотношения с учениками, тонкое их восприятие, умение направлять развитие их индивидуальности и стимулировать их успехи в техническом и духовном плане.

Образ **учителя-профессионала** отличается склонностью к сотрудничеству с учащимися, творческим подходом к своей деятельности, предполагающим развитие ребенка.

Образ **учителя-исследователя** характеризуется стремлением к исследовательской деятельности, самосовершенствованию, компетентностью, владением арсеналом педагогических средств, способностью изобретать оригинальные способы решения педагогических задач.

Образ **учителя-новатора** отличается стремлением вносить в педагогическую практику новых, прогрессивных принципов, идей, приемов.

Так же согласно современным исследованиям в наиболее общем виде выявлены два основных направления типизации. Первое определяется такими личностными качествами, как требовательность и профессиональная компетентность. Очевидно, что внутри этого направления типизации выделяют два типа, условно названные **«организатор»** и **«предметник»**. Структуру первого типа составляют такие качества, как требовательность, организованность, сильная воля, энергичность. Для **«предметника»** характерны наблюдательность, профессиональная компетентность, стремление к творчеству. Велика вероятность существования и промежуточного типа **«предметник-организатор»**, сочетающего в себе характеристики обоих типов. Возможно, что его отличает от **«предметника»** будет более жесткая направленность учащихся на предмет и организация их деятельности именно внутри предметных знаний. Но он не «чистый» **«организатор»**, основное направление деятельности которого – внеклассная работа.

Второе направление типизации связано с такими личностными параметрами, как общительность, доброта, внешняя привлекательность, высокие нравственность и интеллект, общая культура. Внутри этого направления можно выделить два типа педагогов – **«коммуникатор»** и **«просветитель»**, или **«интеллигент»**. Структуру первого типа составляют такие качества, как общительность, доброта, внешняя привлекательность, высокая нравственность. Сюда же могут быть отнесены эмоциональность и пластичность поведения, тесно связанные с этими качествами. Тип **«интеллигент»** характеризуется высоким интеллектом, общей культурой и высокой нравственностью. Последнее качество, по – сути, - связующее звено между этими типами. Существует и промежуточный тип, условно «интеллигент-оптимист», обладающий качествами обоих типов. Вероятно, можно говорить и о промежуточных типах, образованных разными направлениями типизации педагогов, основанных на базе предметных знаний, например, «предметник-коммуникатор», «предметник-просветитель». В то же время вероятность появления «интеллигента-организатора» очень мала, хотя теоретически возможен этот тип.

Среди экспериментально выделенных типов учителей (коммуникатор, предметник, организатор и интеллигент) каждый имеет свои способы, механизмы и каналы передачи воспитательных воздействий.

Учитель-«коммуникатор», отличающийся экстравертированностью, низкой конфликтностью, доброжелательностью, любовью к детям, способностью к эмпатии, реализует свои воспитательные воздействия, ища механизмы совместимости с учеником, точки соприкосновения в личной жизни, и естественно, что эти воздействия вызовут наибольшее изменение именно в «бытовом» поведении человека.

Для **учителя-«предметника»**, рационалиста, уверенного в необходимости знаний и их значимости в жизни, более характерно воспитание ученика с помощью средств изучаемого предмета, путем изменения его восприятия научной картины мира, привлечения к работе в кружке и т.д.

Учитель-«организатор», нередко являющийся лидером, не только у ребят, но и во всем педагогическом коллективе преимущественно транслирует свои личностные особенности при проведении различных внеклассных мероприятий, и поэтому результат его воздействия скорее всего виден в сфере делового сотрудничества, коллективной заинтересованности, дисциплины и т.д.

Учитель-«интеллигент», или **«просветитель»**, отличающийся принципиальностью, соблюдением моральных норм, реализует себя через высокоинтеллектуальную просветительскую деятельность, неся ученикам нравственность, духовность, ощущение свободы.

Особенности каждого из выделенных типов могут глубже включаться в структуру личности. Так, для **учителя-коммуникатора** характерна излишняя общительность, говори-

вость, сокращение дистанции с учащимися или коллегой, обращение к нему как к молодому, неопытному, стремление затронуть интимные темы и т.д.

Учитель-организатор может стать слишком активным, вмешиваясь в личную жизнь других людей, стремясь научить их, как «жить правильно». Он редко пытается подчинить себе окружающих, стремится командовать, организовывать их деятельность независимо от содержания. Чаще всего учителя-организаторы реализуют свои потребности в каких-нибудь общественных организациях, где их активность выглядит вполне уместной.

Учитель-интеллигент в результате длительно пребывания в профессии может сформировать у себя склонность к рассуждательству, мудрствованию и в зависимости от условий может стать как «морализатором», видящим вокруг себя только плохое, восхваляя старые времена и ругая молодежь за безнравственность, или, благодаря любви к самоанализу, уйти в себя, созерцая окружающий мир и размышляя о его несовершенстве.

Изменения личности **учителя-предметника** связаны со знанием той дисциплины, которую он преподает. Потому учителя данного типа пытаются внести элемент «научности» в любые, даже бытовые ситуации, неадекватно используя наукообразные способы поведения и оценивая других людей через призму их знаний предмета.

Педагог обязан постоянно наращивать свой духовный потенциал. Так, без эстетического самообразования невозможно облагородить свои эмоции и чувства, выработать элегантную манеру общения или изысканный художественный вкус. Богатство и глубина чувств придают человеческому лицу особую привлекательность. Делать самого себя – великий труд. И безусловная часть этого труда – создание своего имиджа. В имидже учителя сочетается отношение учащихся к своим преподавателям, степень эмоционального контакта, представление о хорошем и плохом учителе и многое другое, что в конце концов определяет интерес к учебе и отношение к образованию в целом. Имиджелогия как раз призвана помочь педагогу отречься от заниженной и от завышенной самооценок и реализовать себя как творческую личность.

Были проведены исследования с целью выявить представления у аудитории об образе учителя на современном этапе. В ходе исследования были опрошены с помощью анкет учителя и ученики Академического колледжа ВГУЭС г. Владивостока, а так же родители. Всего 30 учителей, 30 родителей и 90 учеников.

Из полученных данных можно сделать следующие выводы, что слово «учитель» ассоциируется у 47% учителей с образом учителя-наставника. Учитель-наставник-это учитель, деятельность которого направлена на развитие ученика, формирования социальной зрелости, всесторонней образованности. Этот учитель чувствует ответственность за формирование личности учащихся и их самореализацию.

47% родителей ассоциируют слово «учитель» с образом учителя-профессионала, так же считают и 67% опрошенных учеников. Учитель-профессионал отличается склонностью к сотрудничеству с учащимися, творческим подходом к своей деятельности, предполагающим профессиональное развитие ребенка.

Так же 34% родителей и 22% учеников ассоциируют слово «учитель» с образом учителя-воспитателя. Учитель-воспитатель строит успешные взаимоотношения с учениками, способен тонко их воспринимать, умеет направлять развитие их индивидуальности и стимулировать их успехи. Способствует успешной адаптации учеников в обществе, прививая им морально-нравственные принципы. Можно сделать вывод, что родителей и учеников взгляды схожи, а у учителей на этот счет другое мнение.

В понимании учителей имидж современного учителя – это не внешний образ, а прежде всего его профессиональные качества, терпимость и понимание, а так же педагогическое мастерство. Внешний образ конечно тоже важен, но на данный момент он стоит на втором плане. Образ современного учителя и исторический образ совпадают – это учитель-наставник. Для учеников и родителей, так же как и для учителей имидж современного учителя – это прежде всего, его профессиональные качества, понимание, терпение, уравнове-

шенность, дисциплина и конечно же педагогическое мастерство. Внешний облик для учеников важен, но он так же находится на втором плане, нежели профессионализм. Исторический образ в представлении учителей и учеников образ учителя-наставника, а современный образ – это учитель-профессионал.

Создание позитивного имиджа педагога – непростая задача в наше проблемное время. Личное обаяние нередко «вырабатывается». Оно требует огромной работы над собой, но приносит хорошие плоды: формирует позитивные по отношению к педагогу установки окружающих, делает общение с ним приятным и комфортным. Кризис в обществе, семье, недостаточная заработная плата, интенсивный труд, вынужденные повышенные учебные нагрузки, конфликтность школьных социумов, отсутствие авторитета учителя – все это располагает к работе над собой. Имидж современного учителя, на мой взгляд, формирует сам учитель. Есть моменты, которые подрывают авторитет учительства как профессионального сообщества (телепередачи, статьи и т.д.), но имидж конкретного педагога – «заслуга» конкретного человека и поддерживается государством и обществом. 50% опрошенных учителей, считают, что современный образ российского учителя – это образ учителя-наставника, а 57% родителей и 67% учеников считают, что образ современного учителя – это образ учителя – профессионала.

АДАПТИВНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА: СОДЕРЖАНИЕ И СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Р.Г. Шилинцева, студент института информатики, инноваций и бизнес-систем

Научный руководитель **Г.И. Шатаева**, доцент кафедры физкультурно-оздоровительной и спортивной работы

Институт сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Беда, приходя, не спрашивает ни имени, ни фамилии, ни года рождения. Несчастье может произойти с кем угодно. Даже думать не хочется о том, что родившийся здоровым ребенок в один ужасный момент превратится в человека, как принято говорить, с ограниченными физическими способностями.

В системе мер социальной защиты инвалидов все большее значение приобретают ее активные формы, наиболее эффективной из которых является реабилитация и социальная адаптация средствами физической культуры и спорта. Интеграция в жизнь общества лиц с ограниченными возможностями сегодня немыслима без их физической реабилитации. Проблемами больных людей занимаются врачи. Проблемами спортивной подготовки – специальные тренеры. На сегодняшний день в нашей стране трудно найти профессиональных специалистов, решающих эти задачи.

Современная адаптивная физическая культура (АФК) – это комплекс мер спортивно-оздоровительного характера, направленных на реабилитацию и адаптацию к нормальной социальной среде людей с ограниченными возможностями, преодоление психологических барьеров, препятствующих ощущению полноценной жизни, а также осознанию необходимости своего личного вклада в социальное развитие общества.

Область применения АФК имеет широкую востребованность, особенно в нынешних условиях жизни, когда здоровье населения в целом, и особенно у молодежи, ухудшается катастрофически, причем не только в нашей стране. Адаптивная физкультура уже получила широкое распространение во многих зарубежных странах. Хорошо подготовленных профессионалов в этой области ждут в поликлиниках и больницах, санаториях и домах отдыха, оздоровительно-реабилитационных центрах, в учебных заведениях, особенно специализированных, в спортивных коллективах. Адаптивная физкультура помогает решать задачу интеграции инвалида в общество. Каким образом?

У человека с отклонениями в физическом или психическом здоровье физкультура формирует:

1. Осознанное отношение к своим силам в сравнении с силами среднестатистического здорового человека.
2. Способность к преодолению не только физических, но и психологических барьеров, препятствующих полноценной жизни
3. Компенсаторные навыки, то есть позволяет использовать функции разных систем и органов вместо отсутствующих или нарушенных.
4. Способность к преодолению необходимых для полноценного функционирования в обществе физических нагрузок.
5. Потребность быть здоровым насколько это возможно. Вести здоровый образ жизни.
6. Осознание необходимости своего личного вклада в жизнь общества.
7. Желание улучшать свои личностные качества.
8. Стремление к повышению умственной и физической работоспособности.

Термин «адаптивная» по смыслу связан с адаптацией к социуму лиц с отклонениями в состоянии здоровья. Это предполагает, что физическая культура во всех ее проявлениях должна стимулировать позитивные сдвиги в организме, формируя тем самым необходимую двигательную координацию, физические качества и способности, направленные на жизнеобеспечение. Развитие и совершенствование организма.

В резолюции ООН, принятой еще 9 декабря 1975 года изложены не только права инвалидов, но и те условия, которые должны им создаваться государственными и общественными структурами. К ним относятся условия среды занятости в т.ч. стимулирование со стороны общества, обеспечение медицинского обслуживания, психологическая адаптация и создание социальных условий, включая индивидуальный транспорт, а также методическое, техническое и профессиональное обеспечение.

Цель привлечения инвалидов к регулярным занятиям физической культурой и спортом – восстановление утраченного контакта с окружающим миром, создание необходимых условий для воссоединения с обществом, участия в общественно-полезном труде и реабилитации своего здоровья. Кроме того. Физическая культура помогают психическому и физическому совершенствованию этой категории населения, способствуя их социальной интеграции и социальной реабилитации.

Среди приоритетных направлений деятельности по развитию адаптивной физкультуры разработчики Концепции справедливо называют: вовлечение как можно большего числа инвалидов в занятия физической культурой и спортом; физкультурное просвещение и информационно-пропагандистское обеспечение развития физической культуры и массового спорта среди инвалидов; обеспечение доступности для инвалидов существующих физкультурно-оздоровительных и спортивных объектов; подготовка, повышение квалификации и переподготовка специалистов для физкультурно-реабилитационной и спортивной работы с инвалидами; создание нормативно-правовой базы развития физической культуры и спорта инвалидов.

Активация работы с инвалидами в области физической культуры и спорта, несомненно, способствует гуманизации самого общества, изменению его отношения к этой группе населения, и тем самым имеет большое социальное значение. Применение средств физической культуры и спорта является эффективным, а в ряде случаев единственным методом физической реабилитации и социальной адаптации.

Свой вклад в реабилитацию внесут и наши будущие выпускники.

С 2007 года во ВГУЭС разработана и реализуется государственная профессиональная образовательная программа по подготовке специалистов решения этой проблемы. Эта специальность: спортивно-оздоровительный сервис.

СОВРЕМЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА: ПУТЬ К СОВРЕМЕННОМУ ЧИТАТЕЛЮ

В. В. Белоус, 11 класс

Научный руководитель Е. Б. Вакуленко, преподаватель русского языка и литературы

Школа №37, г. Владивосток

Сегодня современная литература мало для кого является привлекательной. Более того, хочется отметить, что у современных людей наблюдается падение или полное отсутствие интереса к чтению.

Главный показатель популярности книги – тиражи. На сегодняшний день они свидетельствуют о том, что литература в целом интересует читателя, но, как правило, предпочтение отдается иностранной литературе. Произведения лишь немногих российских писателей привлекают современное общество.

Молодым писателям становится сложнее пробиться и найти отклик у современного поколения в силу того, что российские издатели делают ставку на литературу коммерческого типа. В результате этого, многие читатели склонны думать, что современная литература себя изжила, что уже нет достойных произведений для чтения.

Информационные технологии не способствуют развитию интереса к чтению, современной литературы, в том числе. Сегодня это понимает каждый: и взрослое, и молодое поколения.

Сегодня большинство граждан лучше знают имена бизнесменов, политиков, ведущих различных шоу, нежели имена современных писателей. Из года в год современные технологии всё больше вытесняют книгу. Рядом с интернет-сайтами, компакт-дисками книга утрачивает свою конкурентоспособность. Люди перестали читать, потому что появилось много других развлечений, а чтение – это труд. Поэтому современный читатель ищет в книге зачастую именно развлечения. Но настоящая литература не должна опускаться до потребностей такого уровня. Она не должна идти на поводу у читателя, а должна поднимать его и вести.

У нынешнего общества нет идеологии, в связи с этим у писателей отсутствует почва для нравственного воспитания человечества. У современной литературы даже появился свой термин – читиво, которое носит ярко выраженную экспрессивную, ироническую окраску.

Постепенно современная литература становится менее зависимой от издателя. Она обретает читателя в интернете. Если у молодого поколения есть страх перед книгой, но нет страха перед интернетом, то интернет может возродить интерес к чтению книг, пускай и электронных. Читатель в этом случае становится независим в выборе.

Для того чтобы современная литература для общества стала интересна и привлекательна, об этой литературе должны говорить. Её нужно популяризировать и превозносить в глазах общества. И в первую очередь реклама должна исходить от средств массовой информации, ведь не зря нынешний век по праву называется информационным.

Один из методов приобщения к чтению современной литературы уже сегодня используют современные российские писатели. Их метод направлен на детей школьного возраста, и специально для них писатели создали свой учебник литературы – «Литературная матрица». Двухтомник включает в себя больше сорока статей, авторы которых Дмитрий Быков, Людмила Петрушевская, Андрей Битов и другие. Говорят, хотели сделать чтение интересным. Так, например, роман «Обломов» стал великим русским триллером, а Чацкий превратился в панка. Несмотря на то, что такую литературу рекомендовать школьникам пока не собираются, но и запрещать её никто не имеет право. Сами писатели заявляют, что подобная литература предназначена для тех, кто уже прочитал стандартный учебник, но хочет большего. Кто готов морально услышать о классиках неординарные суждения от современных писателей.

Потеря интереса к современной литературе – это проблема не только читателя, но и писателя. Я считаю, что заинтересованность большинства писателей в том, чтобы их читали, равносильна заинтересованности большинства читателей в чтении книг. Писатели не стремятся пропагандировать чтение современной литературы, а «читатели» вполне могут обходиться и без неё.

Для того чтобы разрешить эту проблему, потребуется время. Писатели должны прийти к тому, что нужно принимать какие-то меры для возвращения интереса к чтению современной литературы. Общество же должно понять, что обеднение духовного мира без чтения книг неизбежно, что деградация, как умственной, так и духовной стороны человека не заставит себя ждать.

Если многие молодые люди на сегодняшний день уверены, что учиться – это модно и без образования ты никто, то почему же чтение современной литературы не может воспользоваться этим лозунгом? Увы, таков современный мир. Таковы нравы. Каждый исключительно сам решает, по какому пути развития он пойдёт. Писатели могут лишь этому посодействовать.

Для заметок

ИНСТИТУТ ПРАВА И УПРАВЛЕНИЯ

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМЫМ ИМУЩЕСТВОМ, ЗАКРЕПЛЕННЫМ ЗА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ ЛИЦАМИ, НАХОДЯЩИМИСЯ ПОД ОПЕКОЙ ОРГАНОМ ОПЕКИ И ПОПЕЧИТЕЛЬСТВА

Д.В. Буркутова, Е.В. Полусмак, студенты

Научный руководитель А.В. Васюк, старший преподаватель кафедры публичного права

Институт права и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Проблемы сиротства с каждым годом требуют все большего внимания и более действенных мер по их решению. Признавая важность данных проблем, Президент Российской Федерации в ноябре 2009 года дал поручение членам Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации обратить внимание на проблему сохранности закрепленного жилья и обеспечения детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей.

Поскольку с 2009 года по настоящее время ряд проблем так и остается неразрешенным, то наше исследование продиктовано возникшей необходимостью защиты жилищных и имущественных прав и улучшения социального положения детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

Одним из наиболее важных вопросов является проблема защиты прав детей-сирот, возвращающихся в закрепленное за ними жилое помещение. Ребенок, выросший в приемной семье или в детском доме, строящий планы на самостоятельную жизнь, нуждается в особой защите прав на жилое помещение со стороны государства, поскольку в большинстве случаев родители – собственники жилья либо довели его до условий непригодных для проживания, накопили многотысячные долги по оплате жилищно-коммунальных услуг, либо не желают предоставлять эти жилые помещения для проживания своим детям. Таким образом, формально такие дети – сироты жильем обеспечены, а фактически места для проживания не имеют.

Также одним из важнейших аспектов данной проблемы является уплата несовершеннолетним лицом, оставшимся без попечения родителей, но имеющим закрепленное за собой недвижимое имущество, налога на имущество физических лиц.

Следует обратить внимание на то, что на уровне субъектов Российской Федерации была предпринята попытка законодательного решения ряда вопросов по данной проблеме. Однако, вопрос о защите имущественных прав несовершеннолетних, оставшихся без попечения родителей, в настоящее время решается в субъектах РФ по-разному. Так, например, депутаты региональной думы Брянской области в июле 2010 года также приняли закон «О мерах по закреплению жилых помещений за детьми-сиротами и детьми, оставшимися без попечения родителей, и обеспечению их сохранности в Брянской области». Теперь каждый год на выполнение этого закона из регионального бюджета предполагается предоставлять около 10 млн. рублей.

Насчет уплаты налога на имущество физических лиц, то здесь практически все субъекты Российской Федерации пришли к единому мнению. Так, кроме установленных законом РФ «О налогах на имущество физических лиц», на территории г. Кирова дополнительно освобождаются от уплаты налога на имущество физических лиц следующие категории налогоплательщиков:

- дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, до достижения ими 18 лет;
- дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, в возрасте от 18 до 23 лет, если они имеют право на дополнительные гарантии по социальной поддержке и обучаются по очной форме в учреждениях начального, среднего и высшего профессионального образования.

Таким образом, целью настоящей работы является предложение рекомендаций по совершенствованию механизма регулирования управления недвижимым имуществом несовершеннолетних лиц, находящихся под опекой органов опеки и попечительства.

С учетом современного законодательства складывается следующая ситуация. С одной стороны, согласно ст. 8 Налогового Кодекса РФ под налогом понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований. Также в соответствии со ст. 45 НК РФ налогоплательщик обязан самостоятельно исполнить обязанность по уплате налога, если иное не предусмотрено законодательством о налогах и сборах.

В итоге, согласно п. 2 ст. 27 НК РФ от имени несовершеннолетнего налогоплательщика соответствующая сумма налога уплачивается в бюджет законными представителями данных лиц за счет собственных средств, в связи с чем нарушается один из важнейших принципов налогового права о том, что налог должен уплачиваться самостоятельно, то есть от своего имени и за счет своего имущества.

Кроме этого, по-прежнему самой острой остается проблема сохранения жилой площади лиц из числа детей-сирот. По результатам мониторинга в большинстве случаев закрепленное жилое помещение, где ребенок является собственником, пригодно для проживания, но имеются огромные долги по квартирной плате и коммунальным услугам, увеличивающиеся с каждым месяцем.

Попытка регулирования данных проблем на настоящий момент широко обсуждается на территории Российской Федерации, однако данные вопросы в различных регионах страны решаются по-разному.

Например, в Калининградской области в 2007 году было утверждено Положение об аренде жилых помещений, являющихся собственностью несовершеннолетних детей – сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Здесь условия договора аренды определяются соглашением сторон. Оплата по договору аренды производится в виде денежных средств, перечисляемых на личный счет несовершеннолетних детей – сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. В счет платы за аренду может входить стоимость проведенных ремонтных работ, с представлением соответствующих документов, с целью поддержания жилья в пригодном для проживания состоянии.

Следует сделать вывод о том, что в настоящее время в России не существует единого порядка по сохранению жилого помещения, закрепленного за несовершеннолетним лицом, находящимся под опекой органов опеки и попечительства, кроме этого, на федеральном уровне отсутствует нормативно-правовое регулирование данного вопроса, в связи с чем представляется возможным предложить комплекс мер по управлению недвижимым имуществом, закрепленным за детьми-сиротами и детьми, оставшимися без попечения родителей.

Авторами данного проекта представляется необходимым, прежде всего, внести изменения в Федеральный Закон «Об опеке и попечительстве» в части, регулирующей обязанности органов опеки и попечительства. А именно в качестве обязанностей органов опеки и попечительства закрепить следующее: сдавать в аренду недвижимое имущество, принадлежащее детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей, до достижения ими совершеннолетия.

Уполномоченное лицо органа опеки и попечительства в соответствии с нормами Гражданского Кодекса РФ заключает договор аренды недвижимого имущества на выгодных для подопечного условиях. При этом, заключение договора аренды происходит посредством проведения открытого аукциона. Благодаря этому, во-первых, арендаторы данных жилых помещений обеспечивают сохранность и пригодность имущества для дальнейшего его использования, кроме этого, будет решена проблема с квартирной платой и оплатой коммунальных услуг; во-вторых, с помощью арендной платы орган опеки и попечительства в пре-

дусмотренном законом порядке в качестве представителя сможет своевременно обеспечить уплату налога на имущество физических лиц. В связи с чем, будет соблюдаться один из принципов налогового права, закрепленный в ч. 1 ст. 45 Налогового Кодекса РФ, о том, что налог должен быть уплачен от имени и за счет имущества налогоплательщика.

Также необходимо вменить в обязанность органам опеки и попечительства страховать недвижимое имущество, принадлежащее несовершеннолетним, за счет средств победителя аукциона на весь период договора аренды в целях предотвращения утраты или порчи этого имущества.

Кроме этого, следует обратить внимание на то, что оставшиеся доходы, полученные от сдачи недвижимого имущества в аренду, принадлежат исключительно собственнику этого имущества – подопечному. По достижению детей-сирот или детей, оставшихся без попечения родителей, совершеннолетнего возраста у них на счету будет определенная денежная сумма, которая пригодится им для дальнейшей самостоятельной жизни.

Так как на органы опеки и попечительства возлагаются новые обязанности, необходимо определить орган, который будет контролировать их деятельность в этой области.

Так как на Федеральную службу по надзору в сфере здравоохранения и социального развития уже возложены обязанности по контролю за деятельностью органов опеки и попечительства в отношении недееспособных и не полностью дееспособных граждан, то мы предлагаем добавить дополнительные полномочия – контроль за деятельностью органов опеки и попечительства в области деятельности по сдаче в аренду недвижимого имущества, принадлежащего несовершеннолетнему, находящемуся под опекой органов опеки и попечительства.

При этом при проведении таких мероприятий по контролю, уполномоченные лица Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития должны в первую очередь будут следить за тем, что органы опеки и попечительства руководствуются в первую очередь интересами несовершеннолетнего, которому принадлежит это имущество и не преследуют личных корыстных целей.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ УРОВНЕМ СОЦИАЛЬНОЙ ФРУСТРИРОВАННОСТИ И ЗАНИМАЕМОЙ ДОЛЖНОСТЬЮ У МЕНЕДЖЕРОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Е.О. Волох, студент

Научный руководитель **Е.Ю. Тавакалова**, старший преподаватель кафедры философии и психологии

Институт права и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Основная цель данной работы – изучение социальной фрустрированности у менеджеров среднего звена.

Актуальность исследования социальной фрустрированности мидл менеджеров обусловлена значительным увеличением численности этого контингента. Кроме того, для образа жизни, которым живёт эта категория населения, характерны: хронический стресс и перенапряжение, патогенный режим труда и отдыха, коммуникативные перегрузки, многообразные семейные дисфункции, ведущие к невротизации, нездоровые способы снятия нервного напряжения.

Поэтому особенно важным является изучение психологического состояния современных менеджеров среднего звена, а именно уровня социальной фрустрированности в условиях повышенного эмоционального напряжения.

Всё это указывает на практическое применение результатов исследования, которые будут способствовать более эффективному изучению социальной фрустрированности у менеджеров среднего звена в условиях современной России и созданию оптимальной системы психологической помощи им по коррекции уровня социальной фрустрированности.

В качестве гипотезы мы выдвигаем предположение: существует взаимосвязь между уровнем социальной фрустрированности и занимаемой должностью.

Для проверки выдвинутой гипотезы необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ литературных источников по поставленной проблеме;
- отобрать группу испытуемых из числа менеджеров среднего звена;
- подобрать методики для выявления уровня социальной фрустрированности у менеджеров среднего звена;
- провести диагностику уровня социальной фрустрированности у менеджеров среднего звена;
- провести количественный и качественный анализ полученных результатов.

Исследование проводилось с группой менеджеров среднего звена города Владивостока. Общее количество испытуемых – 30 человек (15 экспериментальная выборка и 15 контрольная). Испытуемые являются сотрудниками коммерческой организации ООО «Ривьера Плюс».

Предмет исследования – проявления социальной фрустрированности у менеджеров среднего звена.

Объект исследования – феномен социальной фрустрированности.

Экспресс – диагностика уровня личностной фрустрации В.В.Бойко, экспресс – диагностика уровня социальной фрустрированности Л.И.Вассермана, опросник И.Колер для изучения степени удовлетворённости своим функционированием в различных сферах.

Экспресс – диагностика уровня личностной фрустрации В.В.Бойко была выбрана исходя из того, что данная методика позволяет нам за короткий промежуток времени измерить уровень личностной фрустрированности у испытуемых. Высокие уровни личностной фрустрированности по шкале с большой долей вероятности свидетельствуют о наличии неудовлетворённости. Кроме того, неоспоримым преимуществом методики является ее простота заполнения и обработки.

Экспресс – диагностика уровня социальной фрустрированности Л.И.Вассермана может оказать неоценимую помощь в диагностике. Так же отлично дополняет экспресс – диагностику В.В.Бойко.

Опросник И.Колер был выбран в связи с тем, что он даёт не только наиболее полную картину, но и указывает на то, в какой именно сфере функционирования испытуемый наиболее неудовлетворён.

Все указанные методики взаимодополняют друг друга, что является одним из основных достоинств данного исследования.

Все результаты ответов испытуемых были сведены в сводную таблицу. На первом этапе обработки результатов осуществлялась работа по выявлению различий среди контрольной и экспериментальной групп. Для этого были рассчитаны средние значения по каждой методике, а также произведен расчет при помощи математического критерия Манна – Уитни.

Как видно из таблицы 1 показатели уровня социальной фрустрации у экспериментальной и контрольной группы примерно одинаковы и соответствуют низкому уровню. Соответственно, можно предположить, что как для группы менеджеров среднего звена, так и для испытуемых контрольной группы, характерны проявления выраженной устойчивости к социальному стрессу.

Таблица 1

Расчетные показатели уровня социальной фрустрации (Бойко)

Выборка	Общее значение
Экспериментальная	3,3
Контрольная	3,1
Значимость различий по U – критерию (p)	101.0 (0.625)

Примечание: * – ($p \leq 0,05$); ** – ($p \leq 0,01$)

Следующей методикой для исследования социальной фрустрации менеджеров была методика диагностики уровня социальной фрустрированности Л. И. Вассермана, целью кото-

рой явилось определение уровня социальной фрустрации. Данные методики также были занесены в таблицу 2 и рассчитаны при помощи математического критерия Манна – Уитни.

Таблица 2

Показатели уровня социальной фрустрированности (Вассерман)

Критерии удовлетворенности	Экспериментальная выборка	Контрольная выборка	U – критерий	P
своим образованием	1,6	2,1	86.5	0.285
взаимоотношениями с коллегами по работе	0,4	0,5	109.5	0.902
взаимоотношениями с администрацией на работе	0.5	0.9	93.0	0.436
взаимоотношениями с субъектами своей профессиональной деятельности (пациенты, учащиеся, клиенты)	0.7	0.9	93.0	0.436
содержанием своей работы в целом	0.7	0.6	105.0	0.775
условиями профессиональной деятельности (учебы)	0.9	1.3	90.5	0.367
своим положением в обществе	0.7	0.9	105.0	0.775
материальным положением	1.9	1.7	100.5	0.624
жилищно – бытовыми условиями	1	1.1	98.5	0.567
отношениями с супругом (ой)	0.3	0.1	96.5	0.512
отношениями с ребенком (детьми)	0.1	0.3	97.0	0.539
отношениями с родителями	0.1	0.2	105.0	0.775
обстановкой в обществе (государстве)	1.4	1.8	89.5	0.345
отношениями с друзьями, ближайшими знакомыми	0.3	0.3	107.5	0.838
сферой услуг и бытового обслуживания	1.5	1.7	105.0	0.775
сферой медицинского обслуживания	2.2	2.0	101.5	0.653
проведением досуга	0.8	0.7	100.5	0.624
возможностью проводить отпуск	1.3	1.1	96.5	0.512
возможность выбора места работы	1.1	1.3	107.0	0.838
своим образом жизни в целом	0.6	1.0	91.5	0.389
Общий уровень		1.1	110.0	0.917

Примечание: * – ($\rho \leq 0,05$); ** – ($\rho \leq 0,01$)

Согласно данных таблицы 2 значимых количественных различий между выборками не выявлено. Однако качественный анализ данных дает следующее. Для испытуемых обеих групп характерны низкие показатели по степени социальной фрустрированности, причем по всем факторам. Тем не менее можно отметить факторы, показатели которых стремятся к средним: для менеджеров среднего звена это Сфера медицинского обслуживания (2.2), Материальное положение (1.9) и Образование (1.6); для контрольной группы – Образование (2.1), Сфера медицинского обслуживания (2.0), Обстановка в обществе (1.8). Можно предположить, что большая выраженность данных факторов является определенной тенденцией, где испытуемые обеих групп могут испытывать большее давление.

Самыми незначительными с точки зрения фрустрированности являются Отношения с родителями (экспериментальная – 0.1, контрольная – 0.2), Отношениями с ребенком (экспе-

риментальная – 0.1, контрольная – 0.3), Отношениями с супругом (ой) (экспериментальная – 0.3, контрольная – 0.1), Отношениями с друзьями, ближайшими знакомыми (0.3).

Целью следующей методики диагностики уровня социальной фрустрированности (И.Колер) было выявление степени удовлетворенности респондента своим функционированием в различных сферах жизнедеятельности.

Данные были занесены в таблицу 3.

Таблица 3

Расчётные показатели уровня социальной фрустрированности (Опросник И.Колер)

Сферы социальной фрустрированности	экспериментальная выборка	контрольная выборка	U – критерий	P
супружеская жизнь	13,7	6,7	71.0*	0.074
взаимоотношения с родственниками	13,1	8,8	52.0**	0.011
профессиональная сфера	16,3	15,1	95.0	0.463
социальная сфера	14,7	11,5	97.0	0.512

Примечание: * – ($p \leq 0,05$); ** – ($p \leq 0,01$)

Как видно из таблицы 1 имеются значимые различия в группах по уровню социальной фрустрированности по следующим критериям: супружеская жизнь (экспериментальная группа – 13.7, контрольная – 6.7) и взаимоотношения с родственниками (экспериментальная группа – 13.1, контрольная – 8.8). Соответственно можно предположить, что занимаемая должность менеджера среднего звена оказывает влияние на удовлетворенность отношениями с близкими – супругами и родственниками. В профессиональной и социальной сферах значимых различий нет. Исходя из чего, можно сделать вывод о том, что занимаемая должность никоим образом не влияет на уровень социальной фрустрированности в данных сферах.

Однако, не смотря на имеющиеся различия в показателях, уровень социальной фрустрированности обеих групп достаточно низок, поэтому говорить о значительном влиянии должности на социальные отношения не является правомерным.

Итак, на основании анализа полученных данных, можно сделать вывод, что для группы менеджеров среднего звена нашей выборки характерен низкий уровень социальной фрустрированности. И хотя в содержательном наполнении есть тенденция к меньшей удовлетворенности в отношениях с семьей, однако значимой взаимосвязи между должностью и социальной фрустрированностью не выявлено.

Таким образом, можно считать нашу гипотезу недоказанной.

МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В ПЕРИОД ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА

А.С. Гайдук, студент

Научный руководитель В.А. Созинов, канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента

Институт права и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Обострение конкурентной борьбы. Кризис. Агрессивная политика отдельных игроков рынка. Изменение роли государства в экономике. Это то, что мы слышим с экранов телевизоров и то, что заставляет компании искать эффективные инструменты развития в условиях, когда мировое экономическое пространство трансформируется в целостную глобальную систему, ключевым объектом которой являются транснациональные корпорации (ТНК). Слияние и поглощение (*Mergers and Acquisitions – M&A*) оказываются одними из наиболее эффективных стратегий развития. Вместе с тем, по своему характеру, слияния и поглощения – самый драматический раздел корпоративных финансов.

До прихода кризиса наблюдался стабильный рост количества и стоимости сделок M&A. Подобные сделки рассматриваются в качестве одного из основных механизмов достижения

роста компании за счет получения стратегических синергетических эффектов в рамках определенного рынка. Как результат, ТНК контролируют сегодня более 60 % внешней торговли, примерно 4/5 патентов и лицензий на новую технику, технологии и «ноу – хау». Можно говорить о том, что итогом глобальных стратегий ТНК становится формирование международной торгово-финансовой системы. Можно выделить ряд причин, такого бурного развития:

- всемирная либерализация экономических отношений;
- открытие возможностей приобретения корпоративных ценных бумаг иностранцами;
- снижение транзакционных издержек и валютных рисков сделок в рамках зоны евро;
- проблем перепроизводства и сбыта у узкоспециализированных фирм;
- развитие сферы высоких технологий;
- снижение издержек транспортировки и коммуникаций.

При такой высокой актуальности М&А, можно выделить следующие цели сделок:

- достижение качественно нового уровня, недостижимого при линейном росте;
- способ решить неразрешимых проблем компании;
- устранение внутреннего или внешнего корпоративного конфликта;
- выгодный выход собственника из бизнеса посредством продажи бизнеса;
- получение дохода от сделок М&А.



Рис.1. Мировой оборот М&А

Финансовый кризис вызвал «затишье» в сфере М&А. Общий объем мирового рынка М&А в 2008 году снизился на 36%. И только в 2010 году вырос впервые за последние три года Рис.1. Причем роль развивающихся рынков стала гораздо заметнее.

Процесс ведения сделок по слиянию и поглощению многотруден. Важное место в этом ряду занимает экономическая конъюнктура, то есть тот самый инвестиционный климат, который так резко и так обидно ухудшился в последний год.

В этой части кризис вызвал к жизни проблемы, редко встречающиеся в условиях растущего рынка. Первая из них: недостаток денежной массы. Вторая – социальная: продажа имущества в сфере производства априори затрагивает персонала. В нынешних условиях любые манипуляции с персоналом, имеющие отпечаток массовости, вызывают к жизни призрак массовых увольнений и нарушений прав работников.

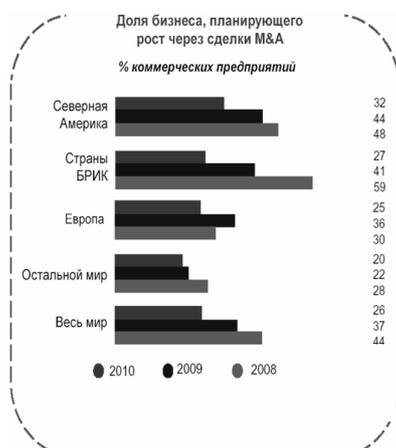


Рис.2. Доля бизнеса, планирующего рост через сделки М&А

Экономический кризис оказал значительное влияние на инвесторов и их планы по М&А – активности в краткосрочной перспективе. Рынок М&А, в силу определенных свойств (медленная скорость осуществления сделок, зависимость от положения на рынках капитала, и т.д.) отражает экономические тренды с некоторым опозданием. Практически на всех рынках, даже в растущих БРИК, ожидаемое количество сделок в 2010г. существенно меньше, чем в 2008 – 2009гг., хотя дно кризиса позади. В Европе один из самых низких показателей, что свидетельствует о слабой динамике рынка М&А в развитых странах Рис.2. Как причина этого: основным драйвером сделок остается процесс консолидации (объединение, слияние двух или нескольких фирм, компаний), а не рост ВВП. Подробнее, это связано с наличием ряда особенностей на рынках развитых стран:

- интенсивные процессы деиндустриализации, перенос производств за пределы Европы;
- множество предприятий с первоклассной продукцией, переживающих сложные времена;
- рост издержек в результате усиления роли профсоюзов и социально ориентированной государственной политики;
- растет конкурентное давление со стороны Индии и Китая.

Подводя итоги, необходимо сказать о том, что развитие современной экономики сопровождается появлением периодических волн слияний и поглощений компаний. Однако то, насколько та или иная сделка будет выгодна обеим сторонам, в итоге зависит от их предусмотрительности и внимательности на всех стадиях слияния или поглощения. Несмотря на последствия кризиса, сложности и высокие риски инвестирования, можно констатировать: рынок М&А постепенно оживает. По прогнозам экспертов, в 2011 году ожидается рост рынка М&А за счет повышения уверенности среди инвесторов, улучшения экономических условий и появления доступа к более стабильному финансированию.

ЛЕСНОЕ ХОЗЯЙСТВО РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А.В. Гарбузов, студент

Научный руководитель **В.В.Комиссарова**, ассистент кафедры мировой экономики и экономической теории

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Значение лесных ресурсов трудно переоценить для экономики России. Россия обладает богатыми лесными ресурсами, занимая по данному показателю первое место в мире. Площадь лесов и запасы древесины в России составляют 1/5 и 1/4 соответственно от общемировых. Из общей площади земельного фонда России 11, 7 млрд. га покрыты растительностью, в том числе лесами на землях, предназначенных для ведения лесного хозяйства. Более млрд. га или 94% этой площади находится в ведении государственных органов управления лесным хозяйством, около 4% – в ведении других министерств и ведомств, организаций и предприятий [1]. Это самый большой запас древесины в мире (81,9 млрд. м³). Поэтому при оценке лесных ресурсов учитывается не только скорость их ежегодного прироста, но и величина накопленного запаса. Половина лесного запаса России располагается в Западно – Сибирском и Восточно – Сибирском районах. Примерно 1/5 часть запаса даёт Дальний Восток. Очень ценные леса с широколиственными и редкими породами находятся в южных районах Приморского края (абрикос маньчжурский, клен Комарова, орех маньчжурский, пихта цельнолиственная, плоскосемянник китайский др.). Лесные ресурсы необходимы для удовлетворения потребностей нашей страны и продаж за границу нуждающимся в ней странам. Леса играют огромную роль в газовом балансе атмосферы и регулировании планетарного климата Земли. Ежегодно в лесах России депонируется 600 млн. тонн углерода. Эти гигантские объемы миграции газов существенно стабилизируют газовый состав и климат планеты.

История взаимоотношений леса и человека насчитывает около тысячи лет и ее можно разделить на четыре основных периода:

I. Период древности. В этот период лес служит для человека домом (деревянные жилища), кормильцем (смолы, грибы, ягоды, лекарственные растения), божеством (поклонение духам и языческим божествам).

II. Период средневековья характеризуется началом масштабного лесопользования.

III. Период научно – технического прогресса характеризуется внедрением в лесопользование новых технологий, появление первых экологических проблем. Лесные ресурсы выступают как важный товар в экономических отношениях. Россия могла удовлетворить не только свои потребности, но и нужды соседних стран. Происходит возникновение первого законодательства в отношении этой отрасли: во время правления Петра первого издаётся первый указ от 19 ноября 1703 года. Это был важнейший законодательный акт об описи лесов во всех городах и уездах в пределах 50 верст от больших рек (речь шла о Волге, Оке, Доне, Днепре и Двине, впадающей в Балтийское море, со всеми притоками) и 20 верст от малых, «которые в те большие реки впали, а сплавному ходу по ним быть мочно».

IV. Период с двадцатого века по наше время (СССР и РФ). В XX веке этот баланс был нарушен. Борьба человека с лесом стала слишком эффективной, технологии истребления леса не скомпенсированы соответствующими технологиями его восстановления. Возникшая диспропорция обернулась беспрецедентным за всю историю человечества сокращением зеленой биомассы вообще и лесных массивов в частности. Лесные блага становятся более высоко стоящим ресурсом, выступая в качестве товара в торговых отношениях нашей страны.

Площади лесов на территории России постоянно сокращаются вот уже 500 лет, но, безусловно, наиболее резко – в XX в. Но все же этот процесс затронул Россию в меньшей степени, чем основной мир. Считается, что в последние 10 тыс. лет было сведено 2/3 лесов Евразии.

На сегодняшний день можно выделить несколько причин, вызывающих деградацию лесных ресурсов:

– проблемы в решении продовольственной и энергетической проблем в условиях экстенсивных методов хозяйствования толкают на вырубку лесных массивов, а это, в свою очередь, ведет к деградации почв, что оборачивается потерей посевных площадей.

– лесные пожары, которые возникают из-за естественных причин (удары молний, самовозгорания) и антропогенных факторов в большей части включающих возгорания, причиной возникновения которых является нарушение правил пожарной безопасности в лесах из-за неосторожности людей, отдыхающих на природе, а также предприятий и организаций, проводящих работы (выжигание травы, лесозаготовки, разведка и добыча полезных ископаемых и т.д.). По этой причине в 2010 году возникло около 700 пожаров, или 86% от общего числа. Расходы по тушению лесных пожаров превысили 12 млн. рублей. Данный показатель свидетельствует о том, что бюджет нашей страны выделяет огромные средства на предотвращение пожаров, но ведь эти деньги могли бы быть направлены на развитие страны.

– нефтяная промышленность, принося много миллиардную прибыль нашей стране, также является источником множества проблем таких как: отчуждение земель, захламление древесиной и строительными материалами, рост санитарной и пожарной опасности, разрушение древостоев, живого напочвенного покрова и почв, нарушение гидрологического режима почв, загрязнение. Нельзя не заметить расширение проблем в количественном смысле.

– недостатки правовой системы (недоработки Лесного Кодекса РФ) вызывают слабую работу лесоохранных ведомств, либо их отсутствие. Она организована неправильно, возможно, из – за того, что для организации эффективной охраны просто не хватает полномочий. Недостаток финансирования, человеческих ресурсов, тактики борьбы с преступниками даёт возможность повсеместного нарушения законодательства в лесном секторе: «черные рубки» и прочие теневые махинации, приносят огромные скрытые экономические убытки экономике стране.

Важно отметить то, что в сельских местностях, расположенных среди лесного массива, нашей страны преобладают группы населения с высоким уровнем бедности. Люди, имеющие потребность в лесных ресурсах и чрезмерные правовые ограничения для законного использования, добывают лесные ресурсы незаконным путём, что представлено в таблице 1.

Таблица 1

Объемы незаконной вырубki лесов в период 1970-2009 гг.

Год, в который произошли правонарушения.	1970 (СССР)	1988 (СССР)	1995 (РФ)	2003 (РФ)	2005 (РФ)	2009 (РФ)
Количество правонарушений.	десятки	200 – 800	9 580	12 052	14 641	18 281

Источник: составлено автором по данным Росстата.

– устаревшие (морально и физически) фонды переработки сырья и отсутствие фондов утилизации отходов.

Россия – страна располагающая крупнейшей в мире лесосырьевой базой объемом 82 млрд. куб. м древесины – около четверти мировых лесных ресурсов (76% запасов составляет древесина хвойных пород) при площади лесов более 1,1 млрд. га.

Установленная расчетная годовая лесосека по рубкам главного пользования составляет 576 млн. м3. Показатель 2009 года говорит о том, что 2/5 числа перерабатывается на территории нашей страны, остальная в сыром виде экспортируется за границу по низким ценам. Фонды переработки составляет оборудование, оставшееся со времён СССР.

К примеру, целлюлозно-бумажная промышленность в период с 1990 по 2009 год практически не выросла. Показатель 2009 года так и не догнал показатель 1989 года. Каждый год экспортируется около 73% целлюлозы, производимой в России, и 35% бумаги. Но в нашей стране не производятся такие изделия: высококачественные мелованные упаковочные картоны, современные санитарно-гигиенические изделия, высококачественная мелованная бумага. Эти изделия ввозятся в Россию из-за границы.

– преобладание экспорта сырого леса над импортом высоко технологичной продукции. Причинами являются отсутствие ограничений на экспорт кругляка, недостаточность инвестиций, износ основных фондов (60%), нехватка 7 600 – 12 500 км лесовозных дорог, преобладание мелкого бизнеса, заинтересованного в нелегальном экспорте и масштабность требуемых вложений. Лесной потенциал страны вполне обеспечивает возможность не только полного удовлетворения всех потребностей отечественной экономики в древесине, но и позволяет значительно увеличить экспорт лесопродукции. Для сравнения: общий запас леса меньше, чем в России, в США – в 4 раза, в Швеции – в 30 раз, в Финляндии – в 42 раза, но размер валютной выручки от лесного экспорта значительно превышает российские показатели, что свидетельствуют об огромных неиспользованных возможностях лесопромышленного комплекса России в деле повышения эффективности всей экономики страны [1].

Пути решение вышеуказанных проблем представляются следующие:

– Внесение поправок в Лесной Кодекс РФ.
 – Усиление контроля за лесопользователями.
 – Совершенствование лесоустройства, учета и оценки лесного фонда и лесов, не входящих в лесной фонд. А именно в финансировании работ по лесоустройству и учету (инвентаризации) лесов в зависимости от их вида и состава должно осуществляться за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и лесопользователей. Развитие лесоустройства должно осуществляться по двум основным направлениям: снижение трудоемкости работ и повышение их точности.

– Разработка и внедрение новых проектов лесопользования с целью получения больших результатов при меньших расходах.

– Обновление лесоперерабатывающих фондов, финансирование и реализация инновационных технологий.

Исходя из существующих проблем лесной промышленности России и путей решения, по моему мнению, более пристальное внимание следует уделять инновациям в сфере технического развития, потому что внедрение инноваций в этом направлении получили широкое распространение в мире.

Внедрение в лесопользование новых технологий переработки и утилизации отходов может способствовать в будущем решению большей части экономических проблем России, что в дальнейшем повысит благосостояние страны. Важно обратить внимание на то, что ускорению решению проблем могло бы способствовать заимствование зарубежного опыта.

Так лесной подрядчик Torbjörn Ericsson представил харвестер Т – Bear, созданный на основе желаний лесорубов. В результате машина полна инновационных решений.

Испытание машины дало высокие результаты, превосходящие ожидания производителя. Он сейчас занят тонкой настройкой и тестирования машины. Следующим шагом после показа на выставке будет массовое производство [2].

Группа предприятий WEINIG GROUP, ведущий поставщик передовых технологий для промышленности по обработке массивной древесины и ремесленного производства представила на общее обозрение новинку – Powermat, который объединяет в себе легендарную точность и скорость с современной компетенцией, делающей его синонимом превосходного строгания и профилирования вплоть до диапазона высоких характеристик. При скорости подачи до 200 м/мин. станок выполняет требования, предъявляемые в самых разных сферах применения. Данная разработка отвечает приоритету компании компании Weinig – массивная древесина на 100 % [3].

Огромные перспективы развития и применения имеют нанотехнологии. Большое внимание исследованиям в области нанотехнологий оказывает крупнейшая европейская компания по производству древесной продукции и бумаги Svenska Cellulosa Aktiebolaget (SCA). Целью компании является разработка оборудования нового поколения, способного разделять целлюлозу на наночастицы, которые будут иметь ширину около одной тысячной человеческого волоса. Это создает материал, который по прочности лучше стали, его можно сравнить с волокном кевлар.

Перспективы очень многообещающие, как в отношении улучшения качества существующей продукции, а также создания новой. Например, при помощи наноцеллюлозы бумага и упаковочный материал может стать не только прочнее, но и прозрачнее. Ее также можно использовать в композитных материалах, что подразумевает использование двух материалов, каждый из которых будет усиливать качества другого. В результате можно получить легкий и долговечный материал, который сможет вытеснить пластиковые материалы, которые стали главной экологической проблемой.

Для решения задач по развитию лесного хозяйства необходимо разработать и осуществить комплекс мероприятий, направленных на совершенствование и развитие законодательства в области лесного хозяйства и лесопользования, государственного управления, межведомственной и межрегиональной координации в сфере лесных отношений, повышение эффективности деятельности по использованию, охране, защите лесного фонда и воспроизводству лесов, научное и кадровое обеспечение лесного хозяйства и расширение участия Российской Федерации в международном сотрудничестве в области лесного хозяйства.

1. «Лесные ресурсы таёжной зоны России: проблемы лесопользования и лесовосстановления: материалы Всероссийской научной конференции» [Электронный ресурс] / Образовательный портал «Единое окно», 2009. – Режим доступа: http://window.edu.ru/window/catalog?p_rid=67820.

2. «Т-Bear – новый харвестер, удовлетворяющий потребностям и пожеланиям лесозаготовителей» [Электронный ресурс] / Интернет – журнал «Лесопромышленник», 2011. – Режим доступа: <http://www.lesopromyshlennik.ru/innovation/T-bear.html>.

3. «Перспективные инновации в сфере обработки массивной древесины» [Электронный ресурс] / Интернет – журнал «Лесопромышленник», 2011. – Режим доступа: <http://www.lesopromyshlennik.ru/innovation/Weinig.html>.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В ГОРОДЕ ВЛАДИВОСТОКЕ

Е.В. Дикун, студент

Научный руководитель **Ю.С. Лебединская**, ассистент кафедры менеджмента

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Целью работы является изучение проблем социальной ответственности общества и ВУЗа в современных экономических условиях.

В настоящее время российские учебные заведения пытаются обозначить формат своей социальной роли. Основным в данном процессе является осознание условий, на которых они будут максимально заинтересованы в выполнении принятых на себя социальных обязательств, которые могут быть охарактеризованы как социально-ответственные. Для того, чтобы понять что такое социальная ответственность ВУЗа, рассмотрим термин «социальная ответственность бизнеса».

Социальная ответственность бизнеса (СОБ) – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.

В настоящее время наиболее распространены две модели социальной ответственности:

- американская;
- европейская.

Американской модель подразумевает, когда компания делится частью прибыли, вкладывая ее в общественно=полезные инициативы – жертвует на благотворительные нужды. Именно эта модель находит наибольшее понимание со стороны населения, общественных организаций и персонала. Негативной стороной американской модели является распространенное среди населения мнение, что компания, активно вкладывающая в благотворительность, отмывает деньги.

Европейская модель – это включение социальной деятельности в общую стратегию создания добавленной стоимости компании. Все финансируемые мероприятия в рамках такой модели работают на максимальную прибыль. Наиболее распространенными объектами инвестиций являются: развитие персонала компании, природоохранная деятельность, развитие науки, благотворительные вложения с участием сотрудников компании, программы приведения деятельности компании в соответствие с мировыми отраслевыми стандартами.

На сегодняшний день европейская модель доступна крупным компаниям, достигшим определенного уровня стабильности бизнеса.

Можно выделить три основных субъекта, на которые сегодня направлена социальная деятельность российских компаний:

Во-первых, это собственный персонал – от климата в коллективе зависит скорость прохождения решений, производительность труда и, следовательно, эффективность бизнеса.

Во-вторых, это местные сообщества, где функционирует бизнес. Для успешной деятельности ему требуется лояльность местных властей и населения. Обеспечить эту лояльность можно, принимая участие в решении насущных социальных проблем регионов.

В-третьих, это западное бизнесообщество – в основном экспортеры и те компании, которые собираются вкладывать инвестиции в российскую экономику. Запад придает большое значение уровню корпоративной социальной ответственности компании.

И теперь вернемся к Высшим учебным заведениям.

Так как Вузы – это важные социальные институты, в которых создаются общественные блага (образовательные услуги) и нормативы, образцы поведения, взаимоотношений в коллективе и с внешней средой – с заинтересованными сторонами (внешними партнерами, клиентами, органами власти и т.п.).

В них осуществляется комплекс совместных с органами власти долгосрочных программ по развитию социальной инфраструктуры, сохранению региональной социокультурной идентичности и т.д., во многом определяющих социально-экономическое устройство регионального общества и страны в целом.

Вузы обладают следующими свойствами социального института:

- устойчивостью формы организации совместной деятельности людей;
- способностью интегрироваться с социально-политической, идеологической и ценностной структурой региона;
- направленностью образовательных услуг вуза на обслуживание и развитие человека;
- наличием материальных средств и условий, обеспечивающим успешное осуществление социальных функций;
- является генератором социальных норм поведения, осуществляющий социальный контроль их соблюдения.

Функционирование вуза как социального института в «организационном поведении» проявляется на трех уровнях:

- индивидуального поведения сотрудников;
- коллективного поведения формальных и неформальных групп в рамках вуза;
- стратегии поведения вуза в обществе.

Стратегия поведения вуза в соответствии с его предназначением как социального института должна носить социально-ответственный характер.

Был рассмотрен термин «Социальная ответственность» на примере Владивостокского Государственного Университета Экономики и Сервиса (ВГУЭС) и Дальневосточного Федерального Университета (ДФУ), города Владивостока представлено в таблице 1.

Таблица 1

Социальные программы ВГУЭС и ДВФУ

Название ВУЗа	Медицинская помощь	Количество мест общественного питания	Компьютеризация студентов и преподавателей ВУЗа	Скидки на доп. образование сотрудников	Парикмахерские услуги сотрудникам и студентам	Скидки и бесплатные абонементы в спортивные секции студентам и сотрудникам	Предоставление безопасных парковочных мест
ВГУЭС	Медицинский центр «Лотос»	18 кафе	Проводится 2 года	На первое высшее образование	Парикмахерская студия	Скидки на бассейн и бесплатные абонементы в тренажерный зал	Трехъярусная стоянка на более 200 машин
ДФУ	Нет	10 кафе	Нет	На первое высшее образование	Нет	Нет	Стоянка возле университета на 50 машин

Исходя из данной таблицы, можно увидеть, что наибольший удельный вес вышеперечисленных социальных программ, реализовывается в Владивостокском государственном университетом экономики и сервиса в отличии от Дальневосточного федерального университета.

Таким образом, социальная ответственность для вуза должна перейти в область неотъемлемой части его стратегии и долговременной политики. Социально ответственное поведение вуза полезно для долгосрочного успеха самого вуза в той же мере, что и для общества в целом. Социальная ответственность является необходимым, но не единственным условием достижения успеха.

И в заключении, хотелось бы процитировать Древнюю китайскую мудрость: «Дай человеку рыбу, и ты накормишь его один раз, научи человека ловить рыбу – и будешь кормить его всю жизнь». В мире новой экономики социально-ответственный бизнес – это тот бизнес, который делает мир лучше!

НЕЛЕГАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ: ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ РЕГИОНА

Я.И. Дращёва, студент

Научный руководитель **О.В. Лобода**, канд. соц. наук,
доцент кафедры государственного и муниципального управления

Институт права и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В настоящее время социально-демографическая ситуация в Дальневосточном регионе стала напряженной.

Неудовлетворенная потребность в рабочей силе на Дальнем Востоке составила 31,8 тыс. чел. Покрытие растущей потребности региона в рабочей силе в отраслях, не требующих квалифицированных кадров, обуславливает привлечение в регион иностранной рабочей силы.

В основе сложившейся ситуации лежит ряд причин: фундаментальной причиной этого явления стало снижение рождаемости, демографический переход от многодетности к малодетности, другая причина заключается в характере социально-экономической трансформации, падении уровня благосостояния населения, росте смертности, сокращении средней продолжительности жизни.

Конечно констатация причин ухудшения демографической ситуации в Приморском крае это всего лишь один из вопросов, а вот другим более значимым вопросом становится оценка того, к чему может привести подобное демографическое развитие [1].

Приморье и в целом Дальневосточный регион подошел к рубежу, когда формирование населения становится критическим условием социально-экономического и значимым условием стратегического развития территории. Сокращение численности населения может привести ко многим негативным последствиям. Таким как возрастание угрозы национальной безопасности России, разрушение сложившегося трудового потенциала, что приведет к нехватке рабочих рук для обеспечения страны.

Начиная с 1991г. демографическая кривая «ползет» вниз, и численность населения на Дальнем Востоке к 2026г. может составить 5,9 млн.чел. (столько было зафиксировано переписью населения в 1970г.), к 2050 г. – 4 млн.чел. Последняя максимальная численность населения на Дальнем Востоке – 8056,6 тыс. чел. была отмечена в 1991г. С этого времени снижение темпов прироста населения стало стабильным [2].

Исходя из соотношения смертности и рождаемости, Дальневосточный регион подвержен депопуляционным процессам, следствием которых является деформация возрастной структуры в сторону ее старения и сокращения экономически активного населения.

Ситуация усугубляется массовым оттоком населения за пределы региона. Миграционный отток за 1991 – 2007 гг. составил 86,4 % общего сокращения населения.

Таким образом, демографический потенциал Дальневосточного региона, можно считать исчерпанным, с точки зрения самовоспроизводства трудовых ресурсов.

На сегодняшний день, демографическая ситуация в крае отличается ярко выраженной негативной спецификой, происходит сокращение численности населения, присутствует тенденция к старению, гендерная диспропорция, ухудшение здоровья населения, снижение трудового потенциала, дисбаланс на рынке труда, миграционный отток населения.

Складывающаяся демографическая ситуация может быть решена посредством миграции, влиять на которую легче, чем на рождаемость. К тому же миграционная политика быстро приносит результаты, что сразу же сказывается на возрастной структуре и численности населения территории. Динамика восполнения трудовых ресурсов определяется не только характером естественных воспроизводственных процессов, но зависит и от внешней миграции, которая способна полностью или частично замещать естественную убыль населения [3].

Правительство увеличило квоты на трудовых мигрантов для Приморья. В 2010 году квота на иностранных рабочих мигрантов составила 34884 человек, а в 2011 году планируется въезд 34487 человек трудовых мигрантов. Компаниям-подрядчикам саммита АТЭС специальный закон разрешает без проблем набирать рабочих из республик бывшего СССР.

Нужно учитывать, что динамика спроса и предложения на рынке труда влечет за собой ряд негативных последствий. Политика открытости не способствует привлечению квалифицированных кадров, а значит – не решает кадровую проблему, стоящую перед государством.

Сегодня наибольшая часть иностранных мигрантов въезжает в Приморье с коммерческими целями – 28,1 %, по линии туризма – 17,2 %, в качестве иностранной рабочей силы – 13,8 % – как правило, это лица трудоспособного возраста, преимущественно 30–50 лет [4].

Приморский край стал новым местом жительства мигрантов с разным организационно – правовым статусом, принадлежавших к различным этническим группам. Основную конкуренцию сегодня составляют страны СНГ – Узбекистан, Азербайджан, Армения, Казахстан, Таджикистан.

За последние годы трудовая миграция в Приморском крае резко помолодела: повзрослевшая молодежь в странах выезда все чаще идет по дороге миграции, проторенной старшим поколением. Средний возраст мигрантов – 32 – 33 года, причем более 75% из них моложе 40 лет.

Население края пополняется молодыми, трудоспособными, но практически неквалифицированными кадрами. По данным обследования МОМ 2006 года, около половины опрошенных мигрантов не имели стабильной занятости на родине (были безработными, имели разовую или временную работу).

Год от года снижается образовательный уровень трудовых мигрантов: около 40% мигрантов в Москве и 67 % в Приморском крае не имеют профессионального образования – ни начального, ни среднего, ни, тем более – высшего. Только у 20 % прибывающих на работу из-за рубежа уровень знания русского языка позволяет встраиваться в систему социальных коммуникаций, остальные 80% могут лишь объясняться на уровне бытовых отношений. Вследствие этого мигранты все труднее адаптируются к российским условиям, и на рынке труда, и в быту. Такие мигранты (с низким образованием, как правило, приехавшие из отдаленных и сельских районов) вообще менее социально адаптивны, менее склонны пользоваться действующими социальными институтами и сервисами – правовыми, образовательными, медицинскими и нередко являются источником ряда инфекционных заболеваний, распространение которых может быть опасным для жителей принимающей стороны [4].

Одним из далеко не главных, но все же существенных аспектов совместного проживания и взаимного влияния разных народов в Приморском крае является взаимосвязь процессов миграции и преступности. В свою очередь, указанная взаимосвязь проявляется в двух моментах – во влиянии миграции на преступность и в деятельности на территории страны зарубежных организованных групп криминальной направленности. Эта взаимосвязь из мало ощущаемой и невидимой прежде, в настоящее время становится все более заметной и опасной.

Большинство мигрантов занимается противоправной деятельностью, связанной в большинстве своем с незаконной добычей и переработкой морских биоресурсов (трепанг, медуза) и продуктов животного-растительного происхождения (женьшень, кедровый орех, лягушка, желчь и пр.). Данная деятельность является серьезнейшей проблемой Приморья. На фоне

преступности иностранных граждан, в том числе и этнической организованной преступности в крае происходит увеличение контрабанды наркотиков и сильнодействующих психотропных веществ [5].

По данным статистики миграционной службы Приморского края за 4 месяца 2010 года было проведено проверок – 1630; привлечено к административной ответственности – 14681; выдворено – 145; оформлено разрешений на работу – 499; оформлено видов на жительство – 88; оформлено разрешений на временное проживание – 692; поставлено на миграционный учет граждан – 61004; оформлено разрешений на работу – 13412. Данные показатели свидетельствуют об активизации работы миграционных служб.

В настоящее время мигранты усугубляют и без того сложную социально – психологическую ситуацию в регионах их вселения, обостряют социальную конкуренцию на рынках труда и жилья. А потому основной стратегической линией государственной политики должно быть сдерживание и качественный отбор миграционных потоков всеми возможными способами [6].

Ведь при въезде на территорию РФ, иностранные граждане, не указывают ни уровень образования, ни наличие профессии и уровень квалификации, ни уровень знания русского языка. Данная информация собирается лишь в случае заполнения заявления о выдаче разрешения на временное проживание. Вследствие этого качество прибывающих мигрантов наносит урон социально-экономической ситуации не только в Приморском крае, но и на территории всего государства в целом.

Активизируя внешние миграционные потоки нельзя не учитывать мнения принимающего социума. Уровень и качество восприятия мигрантов со стороны принимающего социума определяют целесообразность привлечения, специфику и успех интеграции приезжих. Данные процессы отражаются на уровне маргинализации принимающего социума, определяют степень социальной напряженности, перспективы социальных взаимодействий внутри данной общности.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в результате сложившейся демографической ситуацией Российская экономика не выживет без привлечения труда мигрантов. Так как миграция более эластична, то есть более гибко реагирует на внешние факторы, и поэтому способна дать быстрый и масштабный ответ на вызовы ближайшего десятилетия. Таким образом, государство должно пристально следить за качественным составом трудовых мигрантов. Необходимо создание новой системы мер для прекращения оттока и стимулирования притока российских мигрантов в Приморье, а также действенных механизмом контроля над иностранной иммиграцией [7].

С одной стороны, государство понимает, что эффективное регулирование миграционных процессов, как часть стратегии развития многих государств, где миграция выступает в цивилизованных формах, является экономически выгодным.

С другой стороны, достижение конструктивного результата в данной области требует наличия определенной и последовательной стратегии регулирования миграционных процессов, в основе которой будет лежать стабильное и систематическое инвестирование. Данная задача «продуцирует социальный заказ на выработку научно-обоснованной миграционной и национальной политики», отвечающих национальным интересам как в масштабах страны, так и ее отдельных регионов и том числе, целого комплекса соответствующих профилактических мер, реализация которых всецело зависит от деятельности государственных органов власти.

1. Тюрюканова Е. Принудительный труд в современной России: нерегулируемая миграция и торговля людьми /Е. Тюрюканова. – Женева: Международное бюро труда, 2006.

2. Гриценко В.В. Русские среди русских: проблемы адаптации вынужденных мигрантов и беженцев из ближнего зарубежья в России / В. В. Гриценко. – М., 1999.

3. Михаев И.М. Использование программно – целевого метода в реализации миграционной политики в РФ / И. М. Михаев // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России: материалы X Международной конференции студентов,

аспирантов и молодых ученых, 24 – 27 апреля 2008 г.: в 6 кн. Кн. 1 – Владивосток: Изд – во ВГУЭС, 2008.

4. [Электронный ресурс] / Официальный сайт УФСЗН по ПК. – Режим доступа: <http://www.zanprim.ru/>.

5. [Электронный ресурс] / Прирост населения в России: внутренние и внешние ресурсы

6. Сюжет: Демографическая ситуация в России www.gian.ru/.

7. См подробнее: Третьякова Ю.А. Характеристика проблем занятости в Приморском крае в разрезе муниципальных образований / Ю. А. Третьякова // Молодежный рынок труда. – Владивосток: Изд – во ВГУЭС, 2009.

8. Е. Тюрюканова. Принудительный труд в современной России: нерегулируемая миграция и торговля людьми /Е. Тюрюканова. – Женева: Международное бюро труда, 2006.

ОЦЕНКА КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА НАСЕЛЕНИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

Ю.Н. Дядык, студент

Научный руководитель **О.В. Лобода**, канд. соц. наук,
доцент кафедры государственного и муниципального управления

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Состояние и динамика развития кадрового потенциала всегда являлись важными факторами развития научно-технических и социальных процессов, повышения эффективности материального производства, сохранения и рационального использования природных ресурсов. Помимо этого кадровый потенциал может выступать в качестве фактора инвестиционной привлекательности территории, источника вложения средств в развитие данной территории, которые могут быть приведены в действие, использованы для решения какой-либо задачи или достижения определенной цели, качественных сдвигов в экономическом развитии.

Цель исследования – рассмотрение перспектив кадрового потенциала в структуре инвестиционной привлекательности региона.

Задачами исследования являются:

1. Определить понятие кадрового потенциала;
2. Раскрыть проблемы воспроизводства трудовых ресурсов в Приморском крае;
3. Проанализировать практику обеспечения сбалансированности рабочих мест и трудовых ресурсов в Приморском крае;
4. Выявить степень влияния кадрового потенциала территории на инвестиционную привлекательность.

Понятие «кадровый потенциал» отражает ресурсный аспект социально-экономического развития. Кадровый потенциал можно определить как совокупность способностей всех людей, которые заняты в данной организации, отрасли, проживающие на данной территории, и решающие определенные задачи. К конкретным качественным характеристикам кадрового потенциала можно отнести следующие: численность, структура, знания, профессиональный состав, квалификация, навыки, накопленный производственный опыт; личные качества: здоровье, образование, профессионализм, способность к творчеству, нравственность, разностороннее развитие, активность.

Кадровый потенциал региона может быть рассмотрен в качестве фактора инвестиционной привлекательности отдельно взятой территории; в этом случае целесообразно рассматривать социально-демографические и профессионально-квалификационные характеристики кадрового потенциала в контексте баланса спроса и предложения на региональном рынке труда.

Как индикатор состояния социально-экономических процессов, кадровый потенциал отражает качественное и количественное соответствие рабочей силы и рабочих мест. Сбалансированность трудовых ресурсов способствует развитию кадрового потенциала и на личностном уровне в процессе приобретения и использования профессиональных навыков, и качественно определяет перспективы развития предприятия, отрасли, территории. Факторами формирования и развития кадрового потенциала являются не только процессы естественного воспроизводства населения. Определенное значение имеют и миграционные процессы. Дальний Восток в этом отношении отличается особым своеобразием. Процесс воспроизводства трудовых ресурсов всегда зависел от миграционных процессов.

Приморский край, как и весь Дальний Восток, и в царское и в советское время являлся искусственно заселяемой территорией, посредством мер государственной политики стимулирования притока населения. Политика привлечения населения определялась, с одной стороны, стратегическими интересами страны на Дальнем Востоке, с другой – необходимостью развития промышленно-производственного комплекса. Поэтому отличительными чертами состава населения в Приморье изначально являлось наличие высокой доли мужчин трудоспособного возраста, чей не всегда высокий уровень образования компенсировался высокой мотивацией к труду; стремлением к профессиональному росту. Долгое время край являлся трудодефицитной территорией, а значит, спрос превалировал над предложением и определялся необходимостью профессионально-квалификационного соответствия кадрового состава предприятий.

С начала 90-х годов в связи с распадом СССР государственное финансирование предприятий края очень сильно сократилось: закрылись многие из них, появилась безработица, и, как следствие, произошел отток населения в более благополучные центральные регионы. Все эти факторы отразились на демографической, кадровой и экономической обстановке в крае.

С 1991 года особенностями демографической ситуации в Приморском крае являются: значительные масштабы сокращения населения; низкая рождаемость, массовое распространение однодетной семьи, не обеспечивающей воспроизводства населения; продолжающееся старение населения, изменение соотношения между работающими и пенсионерами, обостряющее проблемы пенсионного обеспечения; низкая продолжительность жизни населения, в том числе вследствие огромных потерь от сверхвысокой смертности мужчин; интенсивный миграционный отток населения [1].

И сегодня развитие демографической обстановки в крае имеет неблагоприятные тенденции: продолжается сокращение абсолютной численности населения. Сокращение населения обусловлено естественной убылью населения (71,4% от числа убывшего населения) и миграционной убылью (28,6% от числа убывшего населения) [2]. При этом сохраняется тенденция старения населения, сокращение населения, которое затрагивает экономически активное, трудоспособное население. Тем не менее назвать Приморье трудодефицитным регионом нельзя. С 1991 года наблюдается безработица как угроза реализации кадрового потенциала.

Напряженность на рынке труда сохраняется в целом по краю и составляет 0,5 незанятых граждан на 1 вакансию, что в 2 раза меньше, чем на 15 марта 2010 года. Но в городах и районах края формирование и удовлетворение спроса на рабочую силу сильно дифференцировано. В сельской местности вакансий недостаточно – всего 17,8% от общего количества. Остальные вакансии (82,2%) сосредоточены в городской местности, из них в крупных городах Владивостоке, Находке и Уссурийске – 68,9% [3].

По состоянию на 15 марта 2011 года количество вакансий составило 55,6 тыс. единиц, что на 16,8 тыс. единиц (на 43,3%) больше, чем на 15 марта 2010 года. На долю вакансий, предназначенных для рабочих профессий (специальностей), приходится 83% в общем количестве вакансий [4].

Длительно остаются свободными места для высококвалифицированных рабочих на некоторых предприятиях оборонной и судоремонтной промышленности. Низкий уровень, нестабильная выплата заработной платы, отсутствие перспектив профессионального роста на

предприятия делает не только рабочие, но и инженерно-технические специальности на промышленных предприятиях непривлекательными.

На рынке труда наблюдается профессионально-квалификационный дисбаланс между спросом и предложением рабочей силы. Подавляющая часть из заявленных в службу занятости вакансий по-прежнему предназначается для представителей рабочих профессий. Спрос, не подкрепленный предложением рабочей силы, регистрируется для рабочих индустриальных профессий в строительной отрасли.

Доля граждан, зарегистрированных в качестве безработных и имеющих высшее или среднее специальное образование и претендующих на должности служащих, сравнительно невелика и составляет 24,6% от общего числа безработных. Однако число вакансий, предназначенных для этой категории граждан, недостаточно, чтобы компенсировать их потребность в работе. В настоящее время значительная часть специалистов с высшим и средним специальным образованием, подготовленных в предыдущие годы, является невостребованной. Нередко специалисты, не устроившись на работу в соответствии с образованием, полученным в высшем или среднем специальном учебном заведении, меняют специальность, приобретая, в том числе и рабочие профессии.

Ситуация, когда предложение опережает спрос, отмечена почти для всех специалистов высшего и среднего звена (кроме выше перечисленных). Соотношение заявленных вакансий в пользу рабочих отмечается во всех сферах деятельности. Сохраняется тенденция нереализованного предложения юристов, экономистов, бухгалтеров, менеджеров, социальных работников, рынок труда которыми в значительной степени насыщен [5].

Но несмотря на негативные тенденции меняется в позитивную сторону ситуация на рынке труда для специалистов, имеющих высшее техническое образование. Регистрируется высокий спрос на инженерно-технических работников в области компьютерной техники, инженеров-строителей, инженеров-конструкторов, инженеров-проектировщиков, инженеров-технологов в области судостроения, сварочного производства, механики [6].

Однако перспективы развития рынка труда в Приморском крае позитивные – предполагается значительный рост занятости населения, в том числе молодежи. В свете подготовки к форуму АТЭС в соответствии с подпрограммой «Развитие г. Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе» Федеральной целевой программы «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья на период до 2013 г.», в г. Владивостоке до 2012 г. предполагается создание 11,8 тыс. рабочих мест. Так, в рамках строительства и эксплуатации международного аэропорта будет создано 380 рабочих мест, реконструкции и строительства автомобильных дорог – 1605 рабочих мест, портовых сооружений и портовой инфраструктуры г. Владивостока и острова Русский – 450 рабочих мест, строительства конференц-центра, международного пресс-центра, гостиниц, медицинского центра, театра оперы и балета – 7373 рабочих места, развития коммунальной инфраструктуры – 1812 рабочих мест и в некоторых других сферах деятельности. Однако Приморский край с точки зрения наличия образовательных программ, предлагаемых местными вузами, не способен обеспечить подготовку достаточного числа и уровня квалификаций, востребованных сегодня специалистами данного профиля [7].

Приходится констатировать, что говорить об инвестиционной привлекательности региона сложно, т.к. происходит отток трудоспособного населения и практически отсутствует система воспроизводства качественных трудовых ресурсов. Для того, чтобы приостановить эти процессы необходимо на уровне региона определять общую потребность в кадрах, и не допускать дублирования отдельных направлений подготовки специалистов. Набор специальностей для каждого региона должен быть свой, в зависимости от имеющихся потребностей. Каждый субъект отличается друг от друга по своей хозяйственно-экономической деятельности и это отличие должно быть заметно и в проводимой в регионе кадровой политике, поэтому необходимо периодически проводить исследования, направленные на выявление потребностей дан-

ного региона в конкретных специалистах. В этой связи возникает вопрос о построении системы взаимодействия и подготовки кадров непосредственно по заказу предприятия, когда образовательное учреждение выступает как исполнитель, отвечающий за качество подготовки трудовых ресурсов. В данном случае отличительной характеристикой населения в крае будет не только наличие большой доли специалистов различных уровней образования, но и появится возможность регулировать процессы востребованности трудовых ресурсов, что в свою очередь позволит преодолеть и профессионально-квалификационный дисбаланс на рынке труда, и станет следствием уменьшения профессиональной деградации в целом.

Решить же проблему востребованности трудовых ресурсов в короткие сроки по средствам территориальной или же профессиональной мобильности и сформировать систему их воспроизводства, направленную на опережение развития ситуации в условиях фактического краха реального сектора экономики и затяжного демографического кризиса – задача весьма сомнительная. Помимо этого необходимо комплексное развитие территории, включающие реформирование и реструктуризацию социальной, жилищно-коммунальной, транспортной инфраструктуры, тарифной политики, создание условий для реализации элементарных, базовых потребностей жителей территории-государственное регулирование жилищного рынка и формирование системы льгот на приобретение жилья, не для отдельных целевых групп (молодые семьи, военнослужащие, работники науки, мигранты-соотечественники), а для жителей региона в целом. Пока не будут созданы оптимальные социальные условия проживания в крае, никакими перспективами промышленного роста остановить отток трудоспособного населения и создать систему воспроизводства качественных трудовых ресурсов не удастся, а наличие материального стимулирования повлечет все те же, хорошо уже известные по опыту советского освоения края, социальные последствия – высокий уровень маргинализации социальной структуры приморского социума [8].

Следовательно, кадровый потенциал может быть мощным фактором инвестиционной привлекательности региона в том случае, если учитывать специфику и самобытность каждого региона и в соответствии с этим наиболее эффективно строить и осуществлять кадровую политику.

1. Инвестиционная привлекательность регионов. Приморский край (по материалам сайта [www.invest – prumorsky.ru](http://www.invest-prumorsky.ru)). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [portfelinvestor.ru pdf_statiya263.pdf](http://portfelinvestor.ru/pdf_statiya263.pdf).

2. Там же.

3. Рынок труда Приморья: динамика, проблемы, перспективы. Информация о ситуации на рынке труда Приморского края за январь – март 2011 года. [Электронный ресурс] / Официальный сайт УФСЗН по ПК. – Режим доступа: [http:// www.zanprim.ru/](http://www.zanprim.ru/).

4. Там же.

5. Михаев И.М. Социальные условия изменения качества трудовых ресурсов на современном этапе в Приморском крае: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук 22.00.04 / И.М. Михаев. – Хабаровск, – 2009. – 22 с.

6. Там же.

7. Инвестиционная привлекательность регионов. Приморский край (по материалам сайта [www.invest – prumorsky.ru](http://www.invest-prumorsky.ru)). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [portfelinvestor.ru pdf_statiya263.pdf](http://portfelinvestor.ru/pdf_statiya263.pdf).

8. Михаев И.М. Социально – демографические факторы воспроизводства трудовых ресурсов в Приморском крае / И.М. Михаев, О.В. Лобода // Экономические и правовые аспекты регионального развития: история и современность: материалы всероссийской научно – практической конференции с международным участием. – Елабуга: ЕГПУ, 2009. – с. 190 – 195.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ СТУДЕНТОВ–ДИЗАЙНЕРОВ: МОТИВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

С.М. Засорин, студент

Научный руководитель В.С. Чернявская, д-р пед. наук, профессор кафедры философии и психологии

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Одним из наиболее востребованных видов современного профессионального образования является образование в области дизайна. Дизайн, как вид профессиональной деятельности, важен обществу, как с точки зрения становления материальной культуры, так и с точки зрения ценностей, духовной культуры современного человека, поэтому данная специальность так востребована и желанна для многих молодых людей.

Данная статья посвящена изучению профессиональной идентичности студентов-дизайнеров в мотивационном контексте.

Так как студенческий период профессионального становления специалиста связывают с «переходной формой» профессионала: его деятельность не определяется в полной мере профессиональной мотивацией. Она носит недостаточно сформированный характер, то есть является и учебной и профессиональной мотивацией одновременно. Мотивационный фактор профессионала должен быть связан с профессиональной идентичностью дизайнера. В ходе исследования мы предположили, что чем выше уровень профессиональной идентичности студента тем более он мотивирован в своей учебе и практике.

Для изучения феномена профессиональной идентичности была отобрана выборка из 33 студентов-дизайнеров ВГУЭС 2, 4 и 5 курса. Выборка подбиралась в соответствии с целью исследования, поэтому носила смешанный характер.

Студенты 1 курса находятся на этапе адаптации к новым условиям профессионального образования в вузе, что нивелирует осознание профессиональной идентичности; студенты 5-6 курсов, что выявлено в результате бесед как со студентами-дизайнерами, так и преподавателями кафедры дизайна, как правило, уже работают по специальности, поэтому статус студента сменяется на статус профессионала дизайнера, что также смещает акцент профессиональной идентичности. Широта возрастного диапазона групп испытуемых предоставила возможность проследить развитие профессиональной идентичности будущего дизайнера в динамике.

Для изучения профессиональной идентичности были использованы методики М. Куна – Т. Макпартленда «Кто Я?» и эссе на заданную тему «Мои лучшие черты». Для изучения мотивации была использована методика К. Замфир «Мотивация профессиональной деятельности». Описывая свои лучшие качества, респонденты так же как и в методике «Кто Я?» обращались к рефлексии, обнажая собственные представления о себе и своей идентичности в том числе.

Для интерпретации результатов анализа эссе и методики «Кто Я?» был использован психолингвистический подход Абдуллаевой М.М. [1], Белянина В.П. [2], Жинкина Н.И. [3].

Было подсчитано количество слов, семантически близких к профессиональным категориям дизайнеров и отношение их к общему количеству слов по результатам методики М. Куна – Т. Макпартленда. Полученные данные позволили нам после ранжирования результатов дифференцировать общую выборку. Были отобраны 14 респондентов разных курсов с наибольшими показателями профессиональной идентичности, полученными по методике «Кто Я?». Эти респонденты стали основной экспериментальной выборкой в нашем исследовании, оставшаяся часть результатов была ранжирована и предстала в нашем исследовании в качестве контрольной выборки. Следующим этапом стала обработка соответствующих результатов по методике К. Замфир и контент-анализ эссе.

Характер полученных результатов дал возможность изучить особенности профессиональной идентичности и учебно-профессиональной мотивации с разных сторон при исполь-

зовании коэффициента ранговой корреляции Спирмена. Это позволило проследить связь одной переменной с другой.

Сопоставление значений профессиональной идентичности и показателей учебно-профессиональной мотивации, полученных по результатам методики «Кто Я?» и методики «Мотивация профессиональной деятельности» представлены ниже (Табл.1).

Таблица 1

Результаты сопоставления данных по параметрам идентичности и внутренней мотивации у студентов-дизайнеров

№	Методика «Кто Я?»		Методика «Мотивация профессиональной деятельности» Шкала ВМ		d ²
	Значение	Ранг	Значение	Ранг	
1	50	13.5	3.5	2	132.25
2	50	13.5	5	12	2.25
3	30.7	11	4.5	7.5	12.25
4	33.3	12	3.5	2	100
5	30	10	5	12	4
6	28.5	9	4	4.5	20.25
7	25	8	4	4.5	12.25
8	20	6.5	3.5	2	20.25
9	20	6.5	4.5	7.5	1
10	18.18	4.5	4.5	7.5	9
11	18.18	4.5	5	12	56.25
12	16.6	2	4.5	7.5	30.25
13	16.6	2	5	12	100
14	16.6	2	5	12	100
Сумма		105		105	600

Анализ данных показывает, что максимальным параметрам идентичности (у испытуемых № 1,2,3,4) соответствуют одни из наиболее значимых параметров внутренней мотивации.

Получен коэффициент корреляции: $r_s = -0.319$, при $p \leq 0.05$. Данный эмпирический коэффициент не попадает в зону значимости, что свидетельствует о слабой связи между внутренней мотивацией в учебе и профессиональной идентичностью студентов экспериментальной выборки. Для более глубокого изучения мотивации было решено провести корреляцию между результатами полученными с помощью методики М. Куна – Т. Макпартленда (выбирались данные по профессиональной идентичности) и шкалой внешней положительной мотивацией методики К. Замфир.

Анализ данных (Табл.2) показывает, что максимальным параметрам идентичности (у испытуемых № 1,2,3,4) соответствуют одни из наиболее значимых показателей внешней мотивации.

Получен коэффициент корреляции: $r_s = 0.195$, $p \leq 0.05$. Этот эмпирический коэффициент так же не попадает в зону статистической значимости. Таким образом, можно утверждать, что профессиональная идентичность и учебно – профессиональной мотивация у студентов – дизайнеров данной выборки практически не связаны друг с другом.

Результаты полученные нами, возможно, связаны с тем, что пребывая в учебных условиях, студенты дифференцируют обучение и профессиональную деятельность, рассматривая себя не профессионалом а только учеником. Немаловажным фактором является то что у не-

которых респондентов идентичность несколько «размыта», невыражена и не сформирована в полной мере, хотя они участвуют в учебном процессе в полную силу и результаты методики К. Замфир соответствуют наивысшим баллам по шкалам «ВМ» и «ВПМ».

Таблица 2

Результаты сопоставления данных по параметрам идентичности и внешней мотивации у студентов-дизайнеров

№	Методика «Кто Я?»		Методика «Мотивация профессиональной деятельности» Шкала ВПМ		d ²
	Значение	Ранг	Значение	Ранг	
1	50	13.5	4.6	10.5	9
2	50	13.5	4	7	42.25
3	30.7	11	3.6	5.5	30.25
4	33.3	12	3.6	5.5	42.25
5	30	10	5	13	9
6	28.5	9	5	13	16
7	25	8	4.3	8.5	0.25
8	20	6.5	3.3	3	12.25
9	20	6.5	3	1	30.25
10	18.18	4.5	4.6	10.5	36
11	18.18	4.5	4.3	8.5	16
12	16.6	2	3.3	3	1
13	16.6	2	5	13	121
14	16.6	2	3.3	3	1
Сумма		105		105	366.5

Для сравнения данных с контрольной выборкой была использована методика «Эссе на заданную тему» в котором респонденты в свободной форме описывали свои лучшие стороны, руководствуясь собственными представлениями о себе. Однако многозначность слов, существование внеязыковой реальности, специфика языка усложняли задачу выделения категорий семантически близких к профессионализмам дизайнеров в текстах эссе. Поэтому было принято решение не ставить акцента на профессиональных категориях, а выявить такие части речи, как местоимение, глагол и существительное и затем подсчитать их количество к общему количеству слов в каждом эссе.

М. М. Абдуллаева подчеркивает, что «действие» которое выражается категорией глагола присуще опытным профессионалам, категория местоимения выражает отождествление себя с профессией, то есть то, что характеризуется как «свое». Важной категорией является и существительное, выражающее наличное в профессии. Существительное синтаксически связано с глаголом и характеризует богатство речи респондентов. Таким образом, были выделены три важных аспекта идентичности, которые были использованы в обработке и интерпретации эссе.

Следующим этапом исследования явились расчеты статистической зависимости показателей идентичности у экспериментальной выборки, а затем их сравнение с данными контрольной группы.

Ниже приведены данные расчетов корреляционной зависимости между шкалой «ВМ» по методике К. Замфир и количеством местоимений в процентном соотношении от общего количества слов в эссе у контрольной выборки (Табл.3).

Соотношение данных о внутренней мотивации и количеством местоимений в эссе у контрольной выборки

№	Отношение местоимений к общему количеству слов		Методика «Мотивация профессиональной деятельности» Шкала ВМ		d ²
	Значение	Ранг	Значение	Ранг	
1	0	1	5	17	256
2	7.5	5	4.5	12	49
3	11.1	11	5	17	36
4	13.2	14	4	7	49
5	3.4	3	5	17	196
6	3	2	4.5	12	100
7	16.1	17	5	17	0
8	13.1	13	4.5	12	1
9	9.3	8	4	7	1
10	22.3	18	4	7	121
11	8	6	3	1.5	20.25
12	25	19	3.5	3.5	240.25
13	11.1	11	3.5	3.5	56.25
14	15.7	16	4	7	81
15	13.3	15	5	17	4
16	9.18	7	3	1.5	30.25
17	7.1	4	4.5	12	64
18	10	9	4.5	12	9
19	11.1	11	4	7	16
Сумма		190		190	1330

Получен коэффициент корреляции: -0.167 , $p \leq 0.05$. Совокупность полученных данных вновь не позволяет доказать поставленную гипотезу полностью. Далее было проведено сопоставление и выявление корреляционной связи экспериментальной и контрольной выборок. Для этого были использованы результаты шкалы «Внутренняя положительная мотивация» методики «Мотивация профессиональной деятельности» и отношение количества глаголов к общему числу слов в эссе.

Полученная между данными переменными связь очень слаба: $r_s = 0.18$ и $p \leq 0.05$ соответственно (Табл.5).

Идентичность и мотивация студентов-дизайнеров были рассмотрены с разных позиций и во всех случаях, выявленная зависимость не достигла уровня статистической значимости. Сопоставляя результаты экспериментальной и контрольной выборок можно сделать вывод, о том, что результаты диагностики экспериментальной группы, сформированная из студентов с более высоким уровнем идентичности по методике М. Куна – Т. Макпартленда «Кто Я?», соответствуют наиболее тесной связи с учебно-профессиональной мотивацией. Контрольная же выборка, сформированная из студентов с низким уровнем идентичности, показывает менее тесную связь профидентичности и учебно-профессиональной мотивации, как и предполагалось. Коэффициент связи профидентичности и ВМ у эмпирической группы равен -0.319

и – 0.167 у контрольной соответственно. Связь между профидентичностью и ВПМ у экспериментальной и контрольной выборках выражается коэффициентами 0.195 и 0.18.

Таблица 4

Соотношение данных о внутренней положительной мотивации и количеством глаголов в эссе у контрольной выборки.

№	Отношение глаголов к общему количеству слов		Методика «Мотивация профессиональной деятельности» Шкала ВПМ		d ²
	Значение	Ранг	Значение	Ранг	
1	0	1	3.3	4	9
2	27.5	19	4.6	17	4
3	18.5	10	4.3	14	16
4	20.5	13	4	11	4
5	20.6	14	4.6	17	9
6	21.2	15.5	4.6	17	2.25
7	19.1	11	3.6	6.5	20.25
8	18	8	4.6	17	81
9	4.6	2	4	11	81
10	14.8	5	4	11	36
11	20	12	4.6	17	25
12	25	18	3.6	6.5	132.25
13	22.2	17	2.3	1	256
14	15.7	7	3	3	16
15	6.6	3	4	11	64
16	18.3	9	2.6	2	49
17	15.1	6	3.6	6.5	0.25
18	21.2	15.5	3.6	6.5	81
19	11.1	4	4	11	49
Сумма		190		190	935

Таким образом, на примере сравнения результатов экспериментальной и контрольной выборки можно судить о том, что связь между профессиональной идентичностью и учебно-профессиональной мотивацией опеределенно существует, ярче всего проявляясь у студентов экспериментальной выборки. Эмпирическое исследование не подтвердило полностью поставленную выше гипотезу, так как выявленная связь очень слаба.

Вместе с тем, наибольший из полученных эмпирических коэффициентов принадлежит корреляции между шкалой «Внутренняя мотивация» и результатами методики М. Куна – Т. Макпартленда, он составил – 0, 319 для выборки из 14 человек. Исходя из полученных данных, так же можно говорить о том, что идентичность дизайнера – профессионала практически не связана с внешними мотивами. Но это не дает оснований для выводов о студентах дизайнерах вообще, так как выборка невелика и количество методик ограничено.

Полученные данные могут, прежде всего, отражать спутанность профессиональной перспективы студентов. Такой диссонанс, в первую очередь, влияет на профессиональную идентичность будущего специалиста, размывая ее. Как следствие, студенты-дизайнеры не ощущают себя ни профессионалами, ни дизайнерами. Хотя при этом могут показывать пример высокой учебной мотивации. Такая спутанность перспективы становится заслоном для пред-

ставления себя профессионалом, для ощущения себя профессионалом не только на данный момент, но и в будущем, что не маловажно, так как конечный образ себя как профессионала призван быть мотивом учебной деятельности. Следовательно, мотивами для обучения группы испытуемых стали сторонние побуждения.

Результаты исследования данных экспериментальной и контрольной выборки позволяют делать вывод о том, что студент склонен отождествлять себя исключительно с учением, как следствие идентичность соответствует понятию «студент», а не «дизайнер». Такое четкое разграничение связано с «размытой» идентичностью.

Возможно, указанная тенденция сохранилась с периода формирования профессиональной перспективы, когда будущий абитуриент заканчивал школу.

Особенностью дизайна является то, что эта профессия социально престижна, высоко оплачиваема, молода и перспективна. Полученные в процессе исследования данные могут объясняться тем, что студент мотивирован только благами и статусом планируемыми в результате получения профессии.

1. Абдуллаева М. М. Семантическая характеристика профессиональной направленности медико: Автореф. М., 1993.

2. Белянин В.П. Основы психолингвистической диагностики. Модели мира в литературе. М., 2000.

3. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. М., 1982.

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫХ РЕГИОНОВ

М.О. Какаулина, студент

Научный руководитель О.А. Цепелев, канд. экон. наук, доцент кафедры финансов

Амурский государственный университет, г. Благовещенск

Изменение величины налоговой нагрузки в регионе может оказывать как стимулирующее, так и тормозящее влияние на его экономическое развитие, которое, в свою очередь, является залогом экономического роста страны в целом. В связи с этим, возникает необходимость анализа взаимосвязи колебаний налоговой нагрузки региона и изменениями показателя ВРП.

Анализ фискального климата регионов базируется на концепции Лаффера и предполагает использование производственно – институциональных функций следующего вида:

$$Y = \gamma DW^{(a+bT)} I^{(c+dT)} T \quad (1)$$

$$Y = \gamma TDW^{(a+bT)} I^{(c+dT)} T \quad (2)$$

где Y – выпуск (объем ВРП региона); I – объем инвестиций в основной капитал; W – фонд заработной платы; T – налоговая нагрузка (относительная налоговая нагрузка, исчисляемая как доля налоговых поступлений Q в ВРП, $T = Q/Y$); D – трендовый оператор (функция, зависящая от времени t); γ , a , b , c и d – параметры, оцениваемые статистически на основе ретроспективных динамических рядов. Переменные Y , I , W и T берутся за соответствующие годы t .

Функция (1) задает зависимость между ВРП и относительной налоговой нагрузкой, функция (2) – зависимость между массой собираемых налогов и относительной налоговой нагрузкой.

Основной идеей фискального анализа на базе производственно – институциональных функций является определение взаимного расположения точек Лаффера 1 – го и 2 – го рода и фактической величины налоговой нагрузки.

Формула для расчета точки Лаффера 1-го рода:

$$T^* = -\frac{1}{2} * \frac{a \ln L + c \ln F}{b \ln L + d \ln F} \quad (3)$$

Формула для расчета точки Лаффера 2-го рода:

$$T^{**} = \frac{1}{4} * \frac{\pm \sqrt{(a \ln L + c \ln F)^2 - 8(b \ln L + d \ln F) - a \ln L - c \ln F}}{b \ln L + d \ln F} \quad (4)$$

Из двух стационарных точек, определяемых в соответствии с (4), выбирается только одна, являющаяся точкой максимума.

В ходе исследования были определены особенности влияния налоговой нагрузки на экономический рост в приграничных регионах Дальнего Востока в 2000 – 2009 гг.

Фискальный климат Амурской области за исследуемый период характеризуется следующими особенностями:

«Фискальный люфт» между точками Лаффера за период с 2000 по 2009 гг. составлял менее 1% ВРП. Это означает, что налоговая система очень чувствительна к малейшим изменениям в экономике региона. При этом, сама экономика Амурской области демонстрирует высокую стабильность точек Лаффера, разброс значений которых за этот же период соответствует вариации: для точки 1-го рода – 1,81%, для точки 2-го рода – 1,73%. Указанная высокая устойчивость точки T^* свидетельствует, прежде всего, о стабильности психологических установок региональных хозяйствующих субъектов в отношении предельно допустимых фискальных издержек.

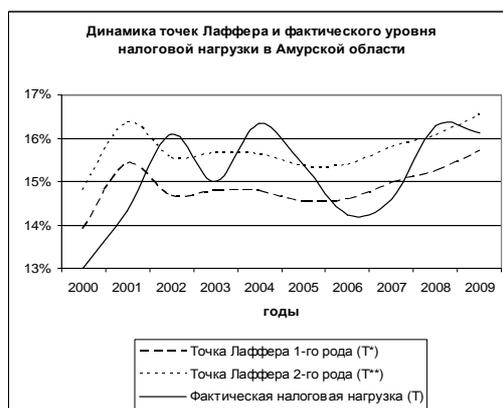


Рис.1. Динамика фискальных индикаторов экономики Амурской области в 2000 – 2009 гг.

Значения оптимального уровня налоговой нагрузки в исследуемом периоде принадлежат интервалу между точками Лаффера.

Таким образом, фактическая налоговая нагрузка Амурской области в 2009 г, равная 15,62%, соответствует оптимальной, так как лежит в диапазоне от 15,21% до 16,04%.

На рисунке 1 прослеживается неодинаковая эффективность фискальной политики в Амурской области на различных участках анализируемого периода. Так, в 2000-2001 гг. и 2006-2007 гг. величина фактической налоговой нагрузки была ниже точки Лаффера 1-го рода. Однако, в 2002 г., 2004-2005 гг. и в 2008 г. фактическая налоговая нагрузка превышала точку Лаффера 2-го рода, следовательно, фискальная политика данных этапов может быть признана неэффективной. Уровень фактической налоговой нагрузки соответствовал оптимальному лишь в 2003г. и 2009 г.

«Фискальный зазор» между точками Лаффера 1-го и 2-го рода, рассчитанными для экономики Хабаровского края, составлял порядка 1,3% ВРП, что является достаточно малой величиной. Следовательно, реакция бюджета региона мало отличается от реакции потребителя. Кроме того, вариация точки Лаффера 1-го рода составила всего лишь 1,04%, а точки Лаффера 2-го рода – 0,96%. На фоне этого показатель фактической налоговой нагрузки был менее стабилен (вариация 5,71%). Иными словами, заметная корректировка реального налогового климата в Хабаровском крае происходила на фоне практически неизменных фискальных стандартов.

На конец рассматриваемого периода значение фактической налоговой нагрузки в Хабаровском крае значительно ниже точки Лаффера 1-го рода, т.е. не достигает оптимального.

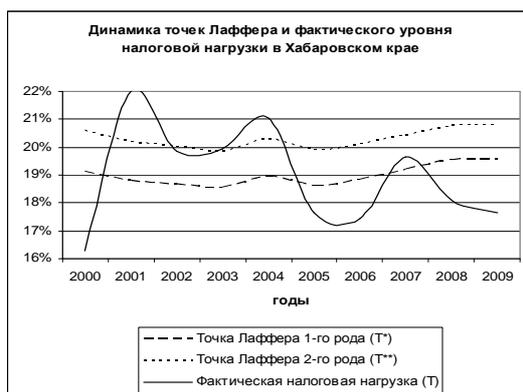


Рис. 2. Динамика фискальных индикаторов экономики Хабаровского края в 2000-2009 гг.

Существует тенденция к совпадению точек Лаффера для экономики Приморского края («фискальный люфт» около 1% ВРП). Следовательно, любое увеличение налоговой нагрузки автоматически ухудшает бюджетные позиции региона.

В 2009 г. значение фактической налоговой нагрузки в Приморском крае значительно ниже точки Лаффера 1-го рода, т.е. не достигает оптимального.

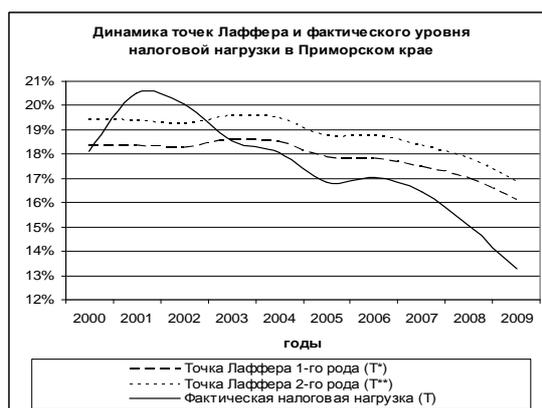


Рис.3. Динамика фискальных индикаторов экономики Приморского края в 2000 – 2009 гг.

«Фискальный зазор» между точками Лаффера, определенными для экономики ЕАО, за период с 2000 по 2009 гг. составлял менее 1% ВРП. Это означает, что реакция бюджета почти полностью эквивалентна реакции хозяйствующих субъектов.

В 2009 г фактическая налоговая нагрузка в ЕАО практически совпадает с точкой Лаффера 1-го рода, т.е. является умеренной.

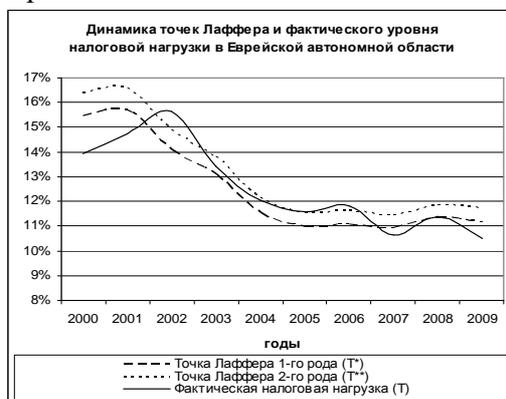


Рис. 4. Динамика фискальных индикаторов экономики ЕАО в 2000 – 2009 гг.

В целях адекватного и эффективного использования государством налоговых рычагов необходимо тестирование налогового механизма в регионе на его благоприятность по отношению к экономическому росту.

Анализ фискальных систем Амурской области, Хабаровского края, Приморского края и ЕАО выявил различные реакции показателя ВРП на изменения налоговой нагрузки. Это объясняется территориальной дифференциацией данных субъектов по социально – экономическим условиям: существенным различиям в экономическом развитии, отраслевой структуре хозяйства, интенсивности региональных и межрегиональных потоков товаров, финансовых ресурсов и услуг, а также особенностям налоговой политики.

1. Амурский статистический ежегодник 2010: Статистический сборник/ Амурстат. – Б., 2010. – 616 с.
2. Гусев А.Б. Налоги и экономический рост: теории и эмпирические оценки. М.: Экономика и право, 2003. – 139 с.
3. Погребняк Р.Г. Влияние налоговой нагрузки на экономический рост регионов с различным природно – ресурсным потенциалом. / Р.Г. Погребняк, М.С. Жукова, Ц.Г. Тускаева. // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 1. – С.12 – 16.
4. Приморский край. Социально – экономические показатели: Статистический ежегодник/Приморскстат, Владивосток, 2010. – 318 с.
5. Регионы России. Социально – экономические показатели. 2009: Стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 990 с.
6. Статистический ежегодник Еврейской автономной области: Стат. сб. /Еврстат. – Биробиджан, 2010. – 284 с.
7. Сушкова Е.Е. Анализ подходов к оценке уровня налоговой нагрузки как фактора экономического развития региона. // Экономика Крыма. – 2008. – №25. – С.20 – 24.
8. Финансы России. 2010: Стат.сб./ Росстат – М., 2010. – 468 с.
9. Хабаровский край: Стат. ежегодник. / Хабаровскстат – г. Хабаровск, 2010– 314 с.
10. www.gks.ru.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МУЖЧИН, ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СУБКУЛЬТУРЫ БАЙКЕРОВ

Т.Б. Кривоносова, студент

Научный руководитель **Е.В. Алексеева**, канд. мед. наук, доцент кафедры философии и психологии

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Каждое общество имеет уникальную ценностно-ориентационную структуру, в которой отражается самобытность данной культуры. Понятие культуры обозначает универсальное отношение человека к миру, через которое человек создает мир и самого себя. Культура – это результат деятельности людей. И одной из её функций является установление и поддержание системы ценностей. Ценности служат для ориентации предпочтений и интересов, как отдельных людей, так и социальных групп (например, субкультур).

Набор ценностей, которые усваивает индивид в процессе социализации, ему «транслирует» именно общество. Исследование системы ценностных ориентаций личности представляется особенно актуальной проблемой в ситуации серьезных социальных изменений, когда

отмечается некоторая «размытость» общественной ценностной структуры, многие ценности оказываются порушенными, исчезают социальные структуры норм, в постулируемых обществом идеалах и ценностях появляются противоречия.

В настоящее время культура в России не имеет определенной направленности. Существует большое количество локальных человеческих групп, каждая из которых определенным образом отделена от общества в целом – это субкультуры. Субкультуры представляют собой совокупность ценностей, значений и средств выражения, с помощью которых локальные человеческие группы, занимающие в обществе специфическое положение, пытаются усвоить и переосмыслить доминирующую систему ценностей и значений, и в ряде случаев противостоять ей.

Субкультуры предоставляют человеку некоторый набор символов, позволяющих ему придать смысл своему собственному социальному положению. В условиях «массового общества» многообразие субкультур становится отличительной чертой культуры в целом, а значение субкультур в жизни общества неизменно возрастает.

В настоящее время в нашем обществе насчитывается множество субкультур различной направленности, в которые входят не только подростки, но и взрослые люди. Например, субкультура байкеров. В своей статье «Субкультуры» Анастасия Верная пишет: «Байкеры – одни из немногих, для кого слова «один за всех, все за одного» – не пустой звук, а стиль жизни. Они прошли эволюцию от диких орд, пересекающих по сельским дорогам бескрайней Америки, до элитной, жесткой, имеющей дело с огромными деньгами организации, сетью окутавшей планету... Байкеры – это именно субкультура. Для них байк – стиль жизни, а не просто быстрый и удобный способ передвижения. Среди байкеров встречаются искренне религиозные люди. Хватает и атеистов. Но всех их объединяет одна вера, и поклонение одному кумиру – Скорости. Байкер живет и умирает, стремясь к запредельному... Закованный в черную кожу суровый бородач, с ног до головы покрытый татуировками, может оказаться мастером спорта международного класса по мотокроссу и чемпионом страны тысяча девятьсот какого-то года, но он пришел в субкультуру байкеров, чтобы наслаждаться свободой и скоростью» [1].

А вот еще одно мнение о байкерах. Оно относится к общественному объединению ОО «Беспечный ездох» (г. Владивосток) и общественной организации «Железные ангелы» (г. Владивосток), которые занимают активную социальную позицию и являются друзьями Краевого Социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних «Парус надежды» (г. Владивосток). Байкеры участвуют в организации мероприятий для детей. Вот что можно прочитать на сайте центра в рубрике «Наши друзья»: «Новый Год это всегда большой праздник для детишек! А на этот Новый Год, байкеры совместно с мамочками из разных сообществ, приготовили нам потрясающий утренник!», «Наши друзья – байкеры не только навещают нас и общаются с нами, но и периодически устраивают так называемые тойраны, поездки в наш центр с игрушками, сладостями и потрясающим общением! Открытие и закрытие байкерского сезона начинаются с тойрана. Байкеры собирают игрушки и отвозят в наш центр «Парус надежды», «Сердечно благодарим ОО «Беспечный ездох» за внимание и заботу, понимание и участие!» [2].

Так кто же они – байкеры?

Начнем по порядку с этимологии слов «мотоцикл», «байк» и «байкер». Слово «мотоцикл» образовано от двух латинских корней «мото» – двигаться и «цикл» колесо. Так что «мотоцикл» (а вовсе даже не автомобиль или там тележка) это «движущийся на колесах». Со словом «байк» все гораздо интереснее. «Vike» произошло от bicycle велосипед (буквально двухколесный), соответственно, motobicycle мотоцикл или мопед, разговорное bike может означать и то и другое, а глагол to bike ездить на мотоцикле. Соответственно, biker (байкер

то есть) это «человек, который ездит на мотоцикле». Ближайший русский аналог этого слова – мотоциклист. Однако байкеры упорно не желают зваться «мотоциклистами» [3].

Субкультурой называется система норм и ценностей, установок, способов поведения и жизненных стилей, отличающих группу от большинства обществ. Она формируется под влиянием таких факторов, как возраст, этническое происхождение, религия, социальная группа или место жительства. Ценности субкультуры воздействуют на формирование личности. Через субкультуру молодой человек, показывает свою индивидуальность, свое «я», у него вырабатывается свой собственный стиль жизни, выражающийся через определенный тип поведения в различных жизненных ситуациях. Поклонники субкультуры могут демонстрировать свое единство посредством использования отличного от всех стилей одежды, музыки и других внешних предпочтений. А так же способов трактовки тех же самых символов, только в доминирующей культуре [4].

Исходя из выше сказанного, появляется вопрос «Какова система ценностных ориентаций субкультуры байкеров?»

Для ответа на поставленный вопрос было проведено исследование, которое проходило на базе мотоклуба «Серебряный легион». Нами были сформированы экспериментальная и контрольная выборки (по 30 человек), которые формировались по ряду критериев:

1. пол, экспериментальная и контрольная выборки состояли только из мужчин;
2. возраст, лица от 25 до 43 лет;
3. принадлежность к МС (мотоклубу), экспериментальная выборка – члены мотоклуба; контрольная выборка – люди, не входящие в мотоклуб.

В данном исследовании применялись следующие методики:

1. Методика Ш. Шварца для изучения ценностей личности;
2. Методика «Ценностные ориентации» М. Рокича;
3. Методика «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности»

С.С. Бубновой

Объект исследования – ценностные ориентации мужчин.

Необходимо указать, что ценностные ориентации – это важный компонент мировоззрения личности или групповой идеологии, выражающий (представляющий) предпочтения и стремления личности или группы в отношении тех или иных обобщенных человеческих ценностей (благополучие, здоровье, комфорт, познание, гражданские свободы, творчество, труд). Синоним – система ценностей [5].

Одной из методик применяемых в данном исследовании, является методика Ш. Шварца для изучения ценностей личности. Эта методика – опросник ценностей, разработанный Шалломом Шварцем, – имеет достаточно разработанную теоретическую основу и эффективна для изучения ценностей как групп, так и отдельных индивидов [6, 25].

Согласно теории Ш. Шварца, ценности личности существуют на двух уровнях: на уровне нормативных идеалов и на уровне индивидуальных приоритетов [6, 34].

Опросник состоит из двух частей.

Первая часть опросника («Обзор ценностей») предоставляет возможность изучить нормативные идеалы, ценности личности на уровне убеждений, а также структуру ценностей, оказывающую наибольшее влияние на всю личность, но не всегда проявляющуюся в реальном социальном поведении.

Вторая часть опросника («Профиль личности») изучает ценности на уровне поведения, то есть индивидуальные приоритеты, наиболее часто проявляющиеся в социальном поведении личности [6, 35].

Показатели группового ранга по методике Ш. Шварца

Ценности	Экспериментальная выборка (Байкеры)		Контрольная выборка	
	«Обзор ценностей»	«Профиль личности»	«Обзор ценностей»	«Профиль личности»
Конформность	6	9	5	9
Традиции	10	10	10	10
Доброта	4	4	8	7
Универсализм	9	5	7	8
Самостоятельность	1	1	2	1
Стимуляция	5	2	6	5
Гедонизм	2	3	3	3
Достижения	3	6	1	2
Власть	7	7	9	6
Безопасность	8	8	4	4

В таблице 1 представлены показатели группового ранга по методике Ш. Шварца, где 1 ранг занимает ценность наиболее значимая для группы, а 10 ранг – имеет ценность наименее значимая по группе.

Из таблицы 1 видно, что для экспериментальной группы на уровне убеждений наиболее значимы ценности: «Самостоятельность», «Гедонизм» и «Достижения», на уровне поведения наиболее важны ценности: «Самостоятельность», «Стимуляция», «Гедонизм» (понимание и описание каждой ценности автором методики можно найти в книге Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство, 2004).

Для контрольной группы на уровне убеждений наиболее значимы ценности: «Достижения», «Самостоятельность», «Гедонизм», и на уровне поведения важны те же ценности.

Ценность «Традиции» не значима ни для экспериментальной, ни для контрольной выборок.

Более подробно хочется остановиться, на ценности «Безопасность» (Security): означает безопасность и стабильность общества, отношений и самого себя [6, 30].

Ценность «Безопасность»

	Экспериментальная выборка (байкеры), человек	Контрольная выборка, человек
«Обзор ценностей»	7	4
«Профиль личности»	16	7

В части методики «Обзор ценностей» у 7 человек из экспериментальной выборки и у 4 человек из контрольной выборки ценность «Безопасность» имеет показатель «наименее значима». Разница между показателями 1,75, то есть в 1,75 раз ценность «Безопасность» менее значима для байкеров и более значима для контрольной выборки.

В части «Профиль личности» данная ценность «наименее значимая» для 16 человек из экспериментальной выборки и 7 человек из контрольной. В 2,285 раза ценность «Безопасность» на уровне поведения менее значима для байкеров, чем для представителей контрольной выборки.

Как видно из таблицы 4, для экспериментальной выборки ценность «Безопасность» примерно в два раза менее значима, чем для контрольной выборки, как на уровне убеждений, так и на уровне поведения. Эти показатели соответствуют результатам группового ранга, согласно которым ценность «Безопасность» для экспериментальной выборки находится на 8 месте по значимости, а для контрольной группы на 4 месте. То есть для байкеров «Безопасность» менее значима, чем для мужчин того же возраста, но не входящих в данную субкультуру.

Ниже в таблицах 3 и 4 будут представлены результаты по методике «Ценностные ориентации» М. Рокича.

Таблица 3

Показатели группового ранга по терминальным ценностям

Терминальные ценности	Экспериментальная группа	Контрольная группа
Активная деятельная жизнь (полнота и эмоциональная насыщенность жизни)	7	12
Жизненная мудрость (зрелость суждений и здравый смысл, достигаемые благодаря жизненному опыту)	6	9
Здоровье (физическое и психическое)	2	8
Интересная работа	10	6
Красота природы и искусства (переживание прекрасного в природе и в искусстве)	14	15
Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)	4	1
Материально обеспеченная жизнь (отсутствие материальных проблем)	10	4
Наличие хороших и верных друзей	5	6
Общественное признание (уважение окружающих, коллектива, коллег)	16	16
Познание (возможность расширения своего образования, кругозора, общей культуры, интеллектуальное развитие)	10	13
Продуктивная жизнь (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей)	13	12
Развитие (работа над собой, постоянное физическое и духовное совершенствование)	10	14
Свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках)	1	6
Счастливая семейная жизнь	8	2
Счастье других (благополучие, развитие и совершенствование других людей, всего народа, человечества в целом)	17	17
Творчество (возможность заниматься творчеством)	15	18
Уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)	3	3
Удовольствия (приятное, необременительное времяпрепровождение, отсутствие обязанностей, развлечения)	18	10

По методике «Ценностные ориентации» М. Рокича, а именно по показателям группового ранга наиболее значимыми для экспериментальной выборки (байкеров) являются ценности: «Свобода», «Здоровье», «Уверенность в себе», «Любовь», «Наличие хороших и верных друзей», «Ответственность», «Независимость», «Честность», «Образованность», «Самоконтроль», «Жизнерадостность», а наименее значимы ценности: «Удовольствия», «Счастье других», «Общественное признание», «Творчество», «Красота природы и искусства», «Высокие запросы», «Чуткость», «Терпимость». Ценность «Свобода», как наиболее значимую, отметили 26 представителей субкультуры байкеров, что в 4,33 раза больше показателя контрольной выборки равному 6.

В то же время, для контрольной выборки наиболее значимые ценности – «Любовь», «Счастливая семейная жизнь», «Уверенность в себе», «Материально обеспеченная жизнь», «Интересная работа», «Независимость», «Смелость в отстаивании своего мнения», «Ответственность», «Честность», «Жизнерадостность». Наименее значимые ценности: «Творчество», «Счастье других», «Общественное признание», «Красота природы и искусства», «Высокие запросы», «Широта взглядов», «Чуткость».

Показатели группового ранга по инструментальным ценностям

Инструментальные ценности	Экспериментальная выборка	Контрольная выборка
Аккуратность (чистоплотность, умение содержать в порядке вещи, четкость в ведении дел)	14	7
Воспитанность (хорошие манеры, умение вести себя в соответствии с нормами культуры поведения)	13	11
Высокие запросы (высокие требования к жизни и высокие притязания)	17	18
Жизнерадостность (оптимизм, чувство юмора)	5	5
Исполнительность (дисциплинированность)	8	9
Независимость (способность действовать самостоятельно, решительно)	2	1
Непримиримость к недостаткам в себе и других	18	17
Образованность (широта знаний, высокий культурный уровень)	4	12
Ответственность (чувство долга, умение держать свое слово)	1	3
Рационализм (умение здраво и логично мыслить, принимать обдуманные, рациональные решения)	6	8
Самоконтроль (сдержанность, самодисциплина)	5	6
Смелость в отстаивании своего мнения	9	2
Чуткость (заботливость)	16	16
Терпимость (к взглядам и мнениям других, умение прощать другим их ошибки и заблуждения)	15	13
Широта взглядов (умение понять чужую точку зрения, уважать иные вкусы, обычаи, привычки)	10	16
Твердая воля (умение настоять на своем, не отступать перед трудностями)	7	10
Честность (правдивость, искренность)	3	4
Эффективность в делах (трудолюбие, продуктивность в работе)	13	14

Результаты исследования по методике «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» С.С. Бубновой представлены в таблице 5.

Таблица 5

Показатели группового ранга по методике С.С. Бубновой

Ценностные ориентации	Групповой ранг	
	Экспериментальная группа	Контрольная группа
Приятное времяпрепровождение, отдых	8	6
Высокое материальное благосостояние	10	5
Поиск и наслаждение прекрасным	11	11
Помощь и милосердие к другим людям	2	3
Любовь	1	4
Познание нового в мире, природе, человеке	4	8
Высокий социальный статус и управление людьми	9	10
Признание и уважение людей и влияние на окружающих	5	1
Социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе	7	9
Общение	6	2
Здоровье	3	7

По методике С.С. Бубновой для экспериментальной группы более значимы ценности: «Любовь», «Помощь и милосердие к другим», «Здоровье», а наименее значимы такие ценностные ориентации как: «Поиск и наслаждение прекрасным», «Высокое материальное благосостояние», «Высокий социальный статус и управление людьми».

Из таблицы 5 видно, что для контрольной выборки высоко значимы ценностные ориентации: «Признание и уважение людей и влияние а окружающих», «Общение», «Помощь и

милосердие к другим людям», а ценностные ориентации с низкой значимостью: «Поиск и наслаждение прекрасным», «Высокий социальный статус и управление людьми», «Социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе».

В данной статье система ценностных ориентаций байкеров была рассмотрена и изучена с разных сторон (при помощи трех методик различных по форме проведения и содержанию). В ходе исследования выявлено, что для субкультуры байкеров характерны особенности в системе ценностных ориентаций, например, ценность «Свобода» важнее для них примерно в 4 раза по сравнению с контрольной выборкой, а «Безопасность» примерно в два раза менее значима для представителей данной субкультуры.

Вместе с тем для байкеров, как и для мужчин, не относящихся к этой субкультуре, значимыми являются такие ценности, как «Самостоятельность», «Гедонизм», «Достижения», «Любовь», «Наличие хороших и верных друзей», «Свобода», «Уверенность в себе», «Независимость», «Жизнерадостность», «Ответственность», «Помощь и милосердие к другим». И менее значимы ценности: «Традиции», «Творчество», «Счастье других», «Общественное признание», «Высокие запросы», «Высокий социальный статус и управление людьми», «Красота природы и искусства», «Чуткость», «Поиск и наслаждение прекрасным».

Результаты исследования позволяют предположить, что именно такая шкала ценностей придает особый колорит данной субкультуре, определяет её достаточно высокую социальную активность, позволяет байкерам выражать свою индивидуальность, свое «Я», вырабатывать свой собственный стиль жизни.

-
1. Верная статья «Субкультуры», 2006 [Электронный ресурс]/ Субкультуры. Режим доступа: <http://www.subcult.ru/rubric1.html>.
 2. Сайт Государственного учреждения Социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних «Парус надежды» г. Владивосток [Электронный ресурс]/ Парус надежды. Режим доступа: <http://parusn.narod.ru/toiruns.html> или Режим доступа <http://www.parusnad.ru/category/nashi-druzya/>.
 3. Байкеры. История движения.[Электронный ресурс]/ Bikerspublic. Режим доступа: <http://www.bikerspublic.com/profile.php?u=sirota&mode=blog&act=view&post=383>.
 4. Оганесян А.А. Культурология (конспект лекций) / А.А. Оганесян. – М.: «Издательство ПРИОР», 2002. – 160 с.
 5. Большой психологический словарь / Б.Г. Мещеряков, В.П. Зинченко. – 3-е изд., 2002
 6. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство./ В. Н. Карандашев – СПб.: Речь, 2004. – 70 с.

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РФ СО СТРАНАМИ АСЕАН

Ю.В. Матвеева, студент

Научный руководитель И.И. Иванова, канд. ист. наук, доцент кафедры международных отношений

Дальневосточный Государственный Технический университет (ДВПИ им. В. В. Куйбышева), г. Владивосток

Целью работы является выявление основных аспектов взаимодействия России и стран АСЕАН как на двухстороннем уровне, так и в Азиатско-Тихоокеанском формате; определение уровня развития отношений и конкретных связей между Россией и странами Юго-Восточной Азии, а также проблем сотрудничества и перспектив дальнейшего взаимодействия в условиях глобализации; выявление политических аспектов торгово-экономического сотрудничества.

Эта тема представляется весьма актуальной, т.к. в настоящее время страны Азии переживают период быстрого экономического роста и существенных изменений в их общественной жизни, что повышает их роль в мировом развитии. В ряде азиатских стран одним из са-

мых динамично развивающихся регионов является Юго-Восточная Азия. Объединяющая их организационная структура – АСЕАН – выдержала проверку временем и становится одним из локомотивов экономической и политической интеграции в регионе.

Кроме того, взаимодействие и сотрудничество с развивающимися странами АТР, в том числе и со странами АСЕАН, послужило бы динамичному развитию Дальнего Востока РФ.

В рамках внешней политики РФ в АТР явно назрела ее геоэкономическая диверсификация. Речь идет о максимальном расширении торгово-экономических отношений со странами АСЕАН, как на двусторонней основе, так и в транснациональных интеграционных рамках этой региональной группировки. В пользу этого говорят тенденции, набирающие в последнее десятилетие мощную динамику в Юго-Восточной Азии, где АСЕАН все более заявляет о себе как весьма влиятельная политически и динамично растущая экономически группировка, как один из интеграционных «полюсов» многополярного мира.

Россия является полномасштабным партнером по диалогу АСЕАН с июля 1996 г. В 2005 г. одним из приоритетов внешнего взаимодействия АСЕАН стал переход к комплексному диалогу с Россией.

Примечательным данный факт стал во многом благодаря подписанию межправительственного соглашения о сотрудничестве России и АСЕАН в области экономики и развития, а также комплексной программы действий по развитию сотрудничества России и АСЕАН на 2005-2015 гг.

Кроме того, функционируют рабочая группа Совместного комитета сотрудничества (СКС) по торгово-экономическому сотрудничеству, рабочая группа СКС по научно-технологическому сотрудничеству и Московский комитет АСЕАН в составе послов стран-членов АСЕАН в России.¹

Одна из ключевых задач взаимодействия – повышение качества и объемов торгово-экономического сотрудничества. Так, в 2004 г. объем торговли России со странами АСЕАН составил 2,5 млн долл. При этом экспорт России в данном направлении состоит преимущественно из минерального сырья и руд металлов, в то время как страны АСЕАН поставляют в Россию товары широкого потребления, офисное оборудование, бытовые приборы, полуфабрикаты и растительные жиры. Азиатские партнеры заинтересованы в поставке энергоресурсов из России.

Но торговые позиции РФ в регионе пока крайне слабы. Для сравнения: объем товарооборота России с основными партнерами (Германией или Китаем) превышает 10 млрд долл. в год.²

В этой связи стороны намерены поощрять участие компаний России и государств-членов АСЕАН в крупных совместных проектах, в том числе инвестиционных. При этом весьма вероятным в ближайшей перспективе станет расширение промышленного сотрудничества в отдельных отраслях производства и сфере высоких технологий, таких как тяжелое машиностроение, станкостроение, автомобилестроение, производство дорожно-строительной и сельхозтехники, электротехнических изделий. Россия и АСЕАН также планируют наращивать взаимодействие в сфере научных исследований, инноваций и внедрения появляющихся передовых технологий в горнодобывающей промышленности.

В последние десятилетия наблюдается впечатляющий экономический рост АТР, особенно стран Юго-Восточной Азии, что значительно расширяет сферу региональных экономических связей. Такие развитые страны АТР, как Австралия и Новая Зеландия, обратили внимание на большой потенциал рынков Юго-Восточной Азии и начали менять географию своих

¹ Информационно-аналитический центр по изучению общественно-политических процессов на постсоветском пространстве. VPL: http://www.ia-centr.ru/archive/public_detailsf6a7.html?id=567. Дата обращения: 23.02.11 г.

² Международный экономический форум «Россия – АТР: к стратегическому экономическому партнерству и диалогу цивилизаций». Электронный ресурс. VPL: <http://www.rus-atr.ru/rus/press.shtml>. Дата обращения: 02.03.11 г.

внешнеэкономических связей, придавая все меньше значения отношениям с США и Европой и наращивая объемы обмена товарами и капиталами со своими азиатскими соседями.¹

«Десятка» АСЕАН в короткие сроки и весьма успешно справилась с последствиями валютно-финансового кризиса 1997–1998 годов. К началу 90-х гг. государства АСЕАН вошли в число новых индустриальных стран, образовав влиятельную силу. Сегодня национальные экономики стран-членов АСЕАН, где проживает более 500 миллионов человек, развиваются быстрыми и устойчивыми темпами. В 2006 году рост ВВП составил во Вьетнаме 8,2 процента, в Индонезии – 5,5 процента, в Малайзии – 5,9, в Сингапуре – 7,9 процента, в Таиланде – 5 процентов, на Филиппинах – 5,5 процента. Совокупный размер ВВП стран-членов АСЕАН достиг 737 миллиардов долларов. На мировые рынки, в том числе в США и Евросоюз, из стран ЮВА поступает все больше продукции с высокой добавленной стоимостью, отвечающей требованиям мировых стандартов качества при низкой цене. Памятуя о горьких уроках валютно-финансового кризиса 1997–1998 годов, страны АСЕАН накопили значительные валютные средства, что позволяет им более уверенно строить свои долгосрочные планы. АСЕАН – емкий, динамично и устойчиво развивающийся рынок. Набирает темпы региональная экономическая интеграция. Государства-члены АСЕАН наращивают взаимную координацию в проведении макроэкономической политики. В работе находится множество крупных интеграционных проектов в энергетике, на транспорте, в информационно-коммуникационных технологиях, в банковском деле.²

Ежегодно страны АСЕАН проводят встречи на уровне министров иностранных дел, после завершения которых с 1979 г. проводятся пост-министерские конференции – встречи представителей стран АСЕАН с государствами, имеющими статус официальных партнеров АСЕАН. В число официальных партнеров АСЕАН входят США, Япония, Австралия, Новая Зеландия, Канада, Южная Корея, а с 1996 г. – Россия.³

В целом усиление сотрудничества инициировано самой Россией. Взаимодействие со странами АСЕАН проводится в многостороннем формате, что свидетельствует о стремлении России быть вовлеченной в интеграционные процессы в Азии. Необходимо отметить, что АСЕАН при этом выступает лишь первым звеном в логической интеграционной цепочке. Это означает, что Россия стремится создать в АТР благоприятные внешние условия для социально-экономического развития страны в целом, и прежде всего – для Сибири и Дальнего Востока. Таким образом, начинающееся сотрудничество в своей основе имеет долгосрочные приоритеты.

Стратегическая задача политики России видится не во включении РФ в сотрудничество с государствами АТР «любой политической ценой», но в принятии государственных мер по укреплению физического присутствия россиян в дальневосточных районах как условия обеспечения совместимости экономической интеграции с интересами обеспечения стабильности на российском Дальнем Востоке и в Восточной Азии в целом.⁴

РФ стремится по возможности включиться в региональные экономические процессы, используя для этого участие в многосторонних институтах региональной интеграции, которые в 90-х гг. постепенно приобрели большое значение в зоне АТР.

Благодаря обеспечению общественной стабильности и национальной безопасности, политике открытости, либерализации торговли товарами и услугами, реализации структурных реформ, укреплению финансовой и банковской систем, созданию благоприятных условий для ведения бизнеса, в том числе высокотехнологичного малого и среднего, странам АСЕАН

¹ Мировая политика и международные отношения. / Под ред. С. А. Ланцова, В. А. Ачкасова. – СПб.: Питер, 2006. – С.382.

² Журнал «Стратегия России». Электронный ресурс. Экспертиза // Август 2007. №8. VPL: http://www.fondedin.ru/sr/new/fullnews.php?subaction=showfull&id=1187851789&archive=1187853035&start_from=&ucat=14&. Дата обращения: 27.02.11 г.

³ А. В. Торкунов. Внешняя политика Российской Федерации 1992-1999. – М.: РОССПЭН, 2000. – С.248.

⁴ Там же. – С.244, 246.

удалось привлечь к развитию своих экономик огромные иностранные капиталы. Речь в первую очередь идет о государствах Азиатско-Тихоокеанского региона – Китае, Японии, США, а также о Республике Корея. Совокупный товарооборот этих стран с государствами АСЕАН в 2006 году превысил 500 миллиардов долларов. На этом фоне торгово-экономические отношения России со странами АСЕАН выглядят более чем скромно. По данным секретариата АСЕАН, в 2005 году товарооборот между Россией и «десяткой» не превысил 5 миллиардов долларов, то есть менее 10 процентов нашего товарооборота с ближайшими соседями России на Тихом океане. И уж тем более не идет в сравнение с масштабами делового партнерства «десятки» с государствами и территориями АТР. Между тем, при грамотно выстроенной внешнеэкономической стратегии и профессиональном менеджменте совокупный объем взаимовыгодных торгово-экономических связей России с государствами АСЕАН, даже на имеющейся сегодня основе, можно довести до 40–50 миллиардов долларов.¹

Свою главную задачу страны Юго-Восточной Азии так же, как и Россия, видят в устойчивом развитии и динамичной модернизации через сотрудничество и интеграцию. Внешняя политика как России, так и государств-членов АСЕАН нацелена на обеспечение благоприятных международных условий для своего развития. Российские эксперты призывают активизировать выработку стратегии страны на азиатском направлении, что должно помочь ускоренному развитию Дальнего Востока и привлечению инвестиций из стран-членов Ассоциации.

По оценкам экспертов, одна из главных задач России и АСЕАН – «подтянуть экономическую составляющую партнерства до уровня политического диалога».

На современном этапе развития взаимоотношений России и стран-членов АСЕАН большинство экспертов склонно рассматривать их экономическую составляющую в качестве ключевой. Тем не менее, в последние годы между странами зафиксировано и растущее политическое взаимодействие.

Среди политически и экономически наиболее интересных аспектов для всех субъектов сотрудничества России и АСЕАН в ближайшие годы может стать взаимодействие в рамках подготовки Владивостока к проведению саммита АТЭС – 2012.

Для российских участников подготовка саммита открывает возможность широкого использования на конкурсной основе финансовых, материальных, трудовых, интеллектуальных ресурсов государств Юго-Восточной Азии. Очевидно, что успешное проведение саммита во Владивостоке, в свою очередь, будет содействовать дальнейшему росту интереса и доверия к экономической политике и инвестиционному климату России со стороны наших тихоокеанских партнеров.

Сотрудничество России и АСЕАН в рамках владивостокского проекта перспективно. Оно открывает возможность в короткие сроки создать единую кооперированную среду в политической, экономической и культурно-языковой сферах. На этой основе, адаптируя свои технологические проекты и управленческие решения к условиям дальневосточного региона России, страны АСЕАН смогут более уверенно продолжить свою инвестиционную деятельность в нашей стране.

Таким образом, имеются все шансы обратить преимущества глобализации на службу экономического и социального подъема российского Дальнего Востока, активного включения России в интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе на равноправной и взаимовыгодной основе, обеспечить дальнейшее укрепление материального потенциала суверенной политики России на мировой арене.

В целом все шаги, направленные на усиление российского регионального влияния в АСЕАН, будут способствовать решению ряда глобальных внешнеполитических и экономиче-

¹ Журнал «Стратегия России». Электронный ресурс. Экспертиза // Август 2007. №8. VPL: http://www.fondedin.ru/sr/new/fullnews.php?subaction=showfull&id=1187851789&archive=1187853035&start_from=&ucat=14&. Дата обращения: 04.03.11 г.

ских задач. В результате этого перспективные и динамично развивающиеся азиатские рынки станут более доступными для российских компаний, а азиатские инвестиции – для России.

Объективно говоря, не только мы, но и государства Юго-Восточной Азии весьма заинтересованы в расширении сфер взаимовыгодного экономического сотрудничества и придании деловым связям с нашей страной масштабного и динамичного характера. Руководители стран «десятки» уже не первый год официально заявляют о важности более тесного взаимодействия между Россией и АСЕАН. Принятая в декабре 2005 года в Куала-Лумпуре Декларация о развитом и всестороннем партнерстве, также подписанный между Россией и АСЕАН Договор о дружбе и сотрудничестве стали надежной политической и правовой основой дальнейшего динамичного взаимодействия и сотрудничества.

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ ГУМАНИТАРНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

А.А. Николенко, студент

Научный руководитель **А.С. Бажин**, старший преподаватель
кафедры государственного и муниципального управления

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В настоящее время становится очевидным, что с развитием рыночного механизма спроса и предложения рабочей силы необходим новый механизм взаимодействия института образования и формирующегося рынка труда. В меняющихся экономических условиях возрастает роль профессионально-личностных качеств, обеспечивающих конкурентоспособность на рынке труда, построение успешной профессиональной карьеры. Такие задачи, как развитие личности специалиста, подготовка его к мобильному и адекватному поведению на рынке труда, не всегда решаются достаточно успешно, что усугубляет трудности трудоустройства после окончания вуза.

Актуальность темы исследования определяется необходимостью теоретического и практического осмысления новых подходов к профессиональной подготовке специалистов гуманитарных специальностей, организации процесса трудоустройства в условиях модернизационных преобразований. Взаимодействие системы образования и рынка труда связано не только с востребованностью специалистов определенной квалификации и профессии, но и с отношением молодого поколения к труду в целом. В настоящее время ряд исследователей отмечает обострение диспропорции между профессиональными ориентациями молодежи и реальными потребностями рынка труда, а также изменение отношения работодателя к специалистам гуманитарной направленности в ходе перенасыщения этими специалистами рынка труда.

Анализ противоречий между ожиданиями и предложением сторон на рынке даст возможность вскрыть наметившиеся проблемы, а также помочь соискателям сформировать сценарии наиболее эффективного взаимодействия. Теоретическая значимость и возможности применения результатов. Полученные в ходе исследования результаты можно будет использовать для оптимизации учебного плана в целях повышения конкурентоспособности на местном рынке труда. Современное состояние рынка труда не выделяет молодых специалистов в особую, как это было раньше, категорию, а использует зачастую в качестве дешёвой рабочей силы на низкоквалифицированных должностях.

Вследствие этого закрепление молодых специалистов на предприятиях не превышает 45 процентов для выпускников образовательных учреждений высшего и среднего профессионального образования.

Последние десятилетия лидерами по набору являются экономические и гуманитарно-социальные специальности, выпуск по которым превышает 40% от общего числа выпускников. Рынок перенасыщен этими специалистами. По прогнозам Министерства образования, в 2015 году на работу по специальности не смогут устроиться почти 80% экономистов, юристов, социологов.

Образовательные учреждения не ориентируются на рынок, а работодатели не вкладывают в человеческий капитал. В итоге экономика одновременно страдает от двух несовместимых, казалось бы, болезней – нехватки работников, обладающих необходимыми производству профессиями и квалификацией, и безработицы. Но недостаточная осведомленность о существующем положении, неготовность к полноценному участию в происходящих на рынке труда процессах – все это не дает старшекурсникам и выпускникам гуманитарных отделений вузов возможности быть полноценными участниками рынка, вузам – обеспечивать перспективы своим выпускникам, работодателям – получать кадры нужной специальности и квалификации.¹

Что касается проблемы трудоустройства выпускников гуманитарных специальностей проблема имеет корни еще на уровне школы. При сдаче ЕГЭ ребята после обязательных русского и математики в первую очередь выбирают предметы гуманитарного цикла. Впоследствии школьники зачастую поступают на гуманитарные специальности. А реальность такова, что краю сейчас нужны представители технических профессий. Получается, что заказчиками по этим профессиям выступают не предприятия и организации, а родители. Крайне негативную роль играет также отсутствие целевой системы трудоустройства выпускников учебных заведений по договорам с работодателями: имеющиеся договоры заключаются без взаимной ответственности за их выполнение. Мониторинг трудоустройства своих выпускников учебные заведения, как правило, не проводят. Большая часть выпускников высших и средних профессиональных учебных заведений не имеет реальной трудовой перспективы по месту жительства. Количество обращений в службы занятости среди выпускников вузов, имеющих профессии бухгалтера, экономиста, техника, юриста и др. значительно превышает потребность, что практически не оставляет им шанса для трудоустройства по полученной специальности. Большинство студентов гуманитариев считают специальность, на которой они обучаются, бесперспективной уже с первого курса, они ценят в получаемом ими образовании только те знания, которые можно применить вне данной области. Многие же гуманитарии предпочитают идти сразу в сферу обслуживания – продавцами, так как в торговле гораздо проще заработать.²

Работодатели часто сетуют на недостаточный уровень подготовки таких специалистов, ведь диплом даже очень хорошего вуза не гарантирует качественного исполнения его владельцем своих рабочих обязанностей.

Не имея возможности вкладывать в человеческий капитал, растить кадры и т.д., фирмы повышают и ужесточают требования к кандидатам на должности. В ряду требований работодателей к кандидату, составленном по базам данных департамента федеральной государственной службы занятости и кадровых агентств на февраль 2011 года, можно отметить, что основные критерии отбора для работодателей – возраст (23-43 года), опыт работы (по разным оценкам предполагается наличие опыта работы от 2 лет), компьютерная грамотность. Также очень важное значение имеют внешний вид соискателя, дополнительные профессиональные знания, наличие установившихся деловых связей.

В то же время тем, кто нанимается на работу, идеальный работодатель (фирма, место работы) представляется так: хорошая оплата труда, соответствие работы полученной квалификации и нормальные условия труда. Достаточно важными являются удобный режим работы, близость к месту проживания или транспортным путям, престижность работы. Менее значи-

1 Атаманова Р. И. Поиск работы М, 2001.

2 Багдасарьян Н. Г., Немцов А. А., Кансузян Л. В. Послевузовские ожидания студенческой молодежи // Социс. 2003. 11.

мы такие требования, как возможность продвигаться по службе, безопасность, возможность проявлять инициативу и самостоятельность, хороший коллектив.

Таким образом, основными факторами, препятствующими трудоустройству молодых специалистов и рабочих кадров, выходящих на рынок труда, являются:

- несоответствие спроса и предложения рабочей силы на рынке труда, структуры потребностей и выпуска специалистов;
- недостаточная обоснованность среднесрочных и долгосрочных прогнозов специалистов;
- отсутствие необходимого опыта и навыков работы, низкая квалификация выпускников, недостаточные знания и отсутствие опыта работы на компьютере;
- преобладающая ориентация выпускников на занятость в непромышленной сфере с установкой на высокую заработную плату;
- низкий уровень оплаты труда и отсутствие в большинстве организаций социальных гарантий (прежде всего перспектив обеспечения жильем);
- недостаточная информированность безработных граждан и выпускников учебных заведений о тенденциях и навыках поведения на рынке труда.

По данным Примстата большинство вакансий (74,2%) приходится на крупные города – Владивосток, Уссурийск и Находку. На остальной территории края зарегистрировано 82% от общей численности безработных граждан. В сельской местности проще всего найти работу в сельскохозяйственной отрасли. Здесь пользуются спросом овощеводы, рисоводы, животноводы и трактористы. В течение последних трех лет имелись единичные случаи обучения безработных гуманитариев рабочим специальностям типа водитель или слесарь по ремонту автомобилей. На протяжении ряда последних лет в структуре заявленных вакансий существенных изменений не происходит. Стабильно преобладает спрос на рабочие профессии. Причем соотношение заявленных вакансий в пользу «технарей» отмечается во всех сферах экономической деятельности. Спрос на рабочие специальности наиболее велик в строительстве (94,4% от общего числа заявок); сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве (92,8%) и обрабатывающих производствах (91,1%). По состоянию на 1 марта информация об ожидаемом трудоустройстве получена от 81 из 83 субъектов Российской Федерации (В текущем году ожидается почти 1,5 млн. выпускников очной формы обучения. наибольший риск быть не трудоустроенными ожидается для выпускников вузов Дальневосточного федерального округа (16% от их общей численности) и Уральского федерального округа (14%).

Из 10 346 выпускников приморских учреждений высшего профессионального образования 2009 года остались нетрудоустроенными 1144 человека – это 11% от общего числа выпускников 2009 года.

Учитывая нестабильную ситуацию на рынке труда в Приморье. Вопрос заключается в том, что знания, полученные в ВУЗе, в итоге становятся невостребованными, а, следовательно, аннулируются и со временем обесцениваются.

Оказывается, молодежь российским работодателям не особо нужна. Уже не вызывают удивления результаты исследования Национальной ассоциацией инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ): 31% выпускников вузов готовы уехать работать за границу. Различные социологические исследования показали, что около трети ответивших идут в маркетинг и рекламу; многие пошли в науку и образование; политическая и государственная деятельность привлекает всего 3% респондентов; каждый седьмой гуманитарий имеет опыт работы в компаниях, связанных с торговлей, производством и т.д. Конечно, молодые специалисты во многом попадают в замкнутый круг: трудоустроен тот, у кого есть опыт работы. Но опыт работы всего лишь ярлык, за которым скрываются определенные знания и умения, который вполне можно получить и в рамках института. Институт в этом случае может выступить в виде полигона, здесь можно реализовывать свою самостоятельность. Рост самостоятельного ведения какого-либо дела только увеличивает вероятность трудоу-

ройства, а цена ошибки будет ниже, чем на рабочем месте. Таким образом, в результате анализа темы исследования, мы можем сделать следующие выводы:

В современных условиях рыночной экономики возрастает необходимость введения новых требований к процессу обучения и формированию эффективного работника, его ресурсных качеств в рамках всех ступеней образования. Следовательно, необходимо научное исследование и мониторинг состояния рынка труда, в частности ожидаемого трудоустройства выпускников.¹ Понимание данной реальности с учетом сложившейся социальной ситуации, социально-экономических условий жизни и духовно-нравственных потребностей студенчества. В том числе одной из актуальных задач современной науки становится изучение базовых факторов трудовой социализации студенческой молодежи и разработка методики ее оптимизации.

ФЕНОМЕН РУССКОЙ ВЛАСТИ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ УЧЕНЫХ

А.А. Николенко, студент

Научный руководитель **Н.В. Шинковская**, канд. ист. наук,
профессор кафедры государственного и муниципального управления

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Более двух столетий российские историки, социологи, политологи изучают феномен русской власти, дискутируют по поводу самого термина, предлагают разноречивые концепции и оспаривают их. Одна из наиболее интересных концепций последнего десятилетия, вызвавших бурные дискуссии была изложена в работах А.И. Фурсова и Ю.С. Пивоварова². С теоретико-социологических выстраивает свою концепцию «русской власти» В.П. Макаренко, критике концепции выдвинутой Макаренко посвящена статья В.А. Ковалева «Русская система»: фантастический вариант...».

В дискуссии приняли участие известные политические философы Э.А. Паин, Н.Н. Клямкин, Н.С. Розов. примечательно, что в конце XX в. появилось сразу несколько концептов, претендовавших в метафорической форме выразить специфику «пути России»: «Тень Грозного царя» А.Л. Янова, «Русский ген» В.Б. Пастухова, «Российская колея» А.А. Аузана, «Раздаточная экономика» О.Э. Бессоновой.

Концептуальная трактовка феномена «русской власти» дана в работе доктора политических наук, академик РАН, директор Института научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, Ю.С. Пивоварова и директора Института русской истории Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ) А.И. Фурсова. По их утверждению Русский мир – властечцентричен. Власть становится условием существования всех и всего, оформляется социальный порядок, своеобразная иерархия, который назван Русской Системой.

«Русская система» в трактовке Ю.С. Пивоварова основывается на насилии, которое включает, преимущественно принудительные социальные взаимодействия с постоянно присутствующей угрозой легитимированного государством. В политической культуре характеризуется как – запечатленные в культуре символы и ценности жесткого «порядка» и «сильной руки», преобладание этих идиом в установках сознания и поведения. Основные черты такой системы – это власть; популяция, население, утратившее субъектные характеристики. При этом относительно таких групп авторы приводят термин «Лишние люди» и подчеркивают, что речь идет о тех индивидуумах и группах, которые не поглощены Властью, и не

¹ Федотова Н. Профессиональный потенциал выпускников вузов // Человеческие ресурсы. 2002. 1-2

² Фурсов А.И., Пивоваров Ю.С. Русская Система: генезис, структура, функционирование: (Тезисы и рабочие гипотезы) // Русский исторический журнал. 1998. Т. 1. № 3. Пивоваров Ю.С., Фурсов А.И. Русская Система и реформы // Pro et Contra. Т. 4. 1999. № 4.

стали ни ее органом, ни частью популяции. «Лишний человек», может быть как индивидуальным (некоторые дворяне и интеллигенция в XIX – начале XX вв.), так и коллективным (казачество в XVII в.) Ю.С.Пивоваров и А.И.Фурсов подмечают неуклонное воспроизводство такой системы в долгой истории России и, объясняющим все основные события и процессы явлением. Не случайно словосочетание «русская власть» то и дело дополняют определением «метафизическая». Метафизическая природа часто служит универсальным объяснением для постоянного возрождения «русской власти». Пивоваров определяет специфику русской власти как, «власть-насилие, власть как насилие, безо всяких там ограничений, «сдержек и противовесов»¹. Это – высшее напряжение, густота, интенсивность подавления, распределения, укрощения и пр. Оно качественно, а не количественно отличается от тех видов власти, с которым его обычно сравнивают². Исследователи Ю.С.Пивоваров и А.И.Фурсов фокусируют внимание на решениях и действиях представителей верховной власти (царей-генсеков-президентов и их ближайших советников), оправдывая свой подход пресловутой метафизической «моносубъектностью Власти». Они, исходя из того, что почти все социальные слои и группы в России движимы инстинктом восстановления “твердой власти”, тогда как акторы, против нее выступающие (бояре, верховники, декабристы, кадеты, диссиденты), безжалостно выбрасываются на свалку истории. Нестандартный, несмотря на оригинальность подход Пивоварова, был неоднозначно встречен в научном мире. Доктор политических наук В.А. Ковалев (Ковалев В.А. «Русская система»: фантастический вариант) называет «Русскую систему» Ю.С. Пивоварова и А.И. Фурсова фантастическим вариантом.

В.А. Ковалев, отмечает что, спрос на самобытное теоретизирование, основанное на постулате «мы очень отличаемся от Запада, и у нас свой порядок», который описывающие его авторы называют – «Русская система» обоснован. «Выводы, которые я сделал из подобных представлений, сводились к фатальной безысходности произвола власть предержащих в России, при котором придется жить не только нам и нашим детям, но и внукам, правнукам. В переводе на житейский язык это значит, что Россия в рамках такой системы так и должна оставаться в состоянии перманентной холодной гражданской войны «верхов и низов». «В глазах общественного мнения, – пишет В.А. Ковалев, – российское государство выглядит неэффективным, некомпетентным, коррумпированным и все более пугающим. Соответственно все исходящие от такого государства инициативы воспринимаются с позиции презумпции его враждебности и чуждости обществу». Наш вывод – «дальнейшее существование такого государства несовместимо с перспективами России. Уже в среднесрочной перспективе выживание и развитие России, и продолжение существования «Русской системы» несовместимы». «Эта властно-центричная Система всегда была в нашей стране господином. В «Русской системе» нет никакой мистики, чуда «вечного возвращения» и т.п. Модернизация государства и экономики задержалась и принимает симулятивный характер, продолжают господствовать устаревшие, архаичные уже политические формы. Без появления в России демократического национального государства (в смысле гражданской нации) так и будет». Тем самым он все же признает существование в России «Русской системы» как ее «господина».³

Исследуя вопрос о феномене «Русской Власти» В.П. Макаренко, показывает наличие «мифических элементов» в трактовке власти как волевого отношения. Сам он при этом частично опирается на деятельностный подход, власть рассматривается в качестве средства политического управления, включающего спектр ресурсов от принуждения, до убеждения. В.П. Макаренко исследует теоретико-социологическим аспекты проблемам русской власти. Основной вопрос для него – это вопрос о субъектах властных отношений. В.П. Макаренко, основывается на идее «троевластия» но в «русской власти» присутствует только один субъект этих отношений – «властитель-собственник-жрец». Остальные – «подданные, собствен-

¹ Пивоваров Ю.С «Русский исторический журнал», 1998, т.1, №1, с. 114

² Пивоваров Ю.С., Фурсов А.И.Русская Система. Попытка понимания русской истории Полис № 4 – 2001.

³ Ковалев В.А. Россия и современный мир. – М., 2006. – № 1(50). – С. 40-60.

ники, верноподданные» являются объектами Русская власть у В.П. Макаренко выступает атрибутом «владельца-собственника-жреца», для всех остальных объектов власть – это «неопределенная, вездесущая и дьявольская сила».¹

Существует еще одно мнение на вопрос о феномене «Русской власти», оно принадлежит В.Б.Пастухову. Особенность его теории в том, что, исследуя проблему феномена русской власти, В.Б.Пастухов вводит метафору «русского гена».

«Все эти приключения западных идей в России, – замечает немного напоминая генную инженерию. В респектабельную «западную» клетку имплантируется агрессивный «русский» ген. Клетка перерождается, из нее вырастает невиданный доселе гибрид, в котором слабо угадываются внешние признаки использованного в качестве донора биологического материала. Прожив нелегкую, полную мытарств жизнь, гибрид погибает, не оставив потомства. Но совершенствуется метод, и эксперимент повторяется вновь на новом биологическом материале. Конфликт содержания и формы («гена» и «клетки») сопровождает всю историю русской идеологии. Ее сквозной характеристикой является апология государственного произвола. Как бы русская мысль ни изощрялась, она всегда, в конечном счете, обоснует самодержавие». Действительно, если «русский ген», вот уже не одно столетие воспроизводящий самодержавие, заложен в ядро русской политической культуры и неизменен, пытаться как-то ему противостоят бессмысленно.²

Историк, политолог и публицист А.Л.Янов, являясь представителем либерализма, скорее склонен к следующей трактовке: «Тень Грозного царя» – для него, внутренний, воспроизводящийся вариант русской автократической системы. Свои либеральные надежды Янов связывает с наличием двух сосуществующих вариантов: самодержавно-принудительного и либерально-демократического. Постперестроечная история России свидетельствует о том что, русская система власти восстанавливается в новых формах, но с теми же характеристиками. «Русский ген» — это весьма устойчивое, живучее образование, склонное к воспроизводству системы, но, как следует из предыдущего абзаца, в ином социальном контексте утрачивающее свои родовые качества. Несмотря на это, полной автономии от внешних социальных условий не наблюдается, Есть смысл говорить об устойчивости сложного комплекса поддерживающих друг друга черт социального, культурного и психологического склада нации.³ В.А. Дубовцев и Н.С. Розов, анализируя точку зрения Ю.С.Пивоварова и А.И.Фурсова с позиций философии полагают, что авторы «Русской системы», их последователи стремились, прежде всего, понять природу русской власти и ответить на вопрос, почему «русский ген власти» даже после соединения с западными новшествами и краткого периода проявляет свою, неизменную природу и порождает структуры, сходные с прежними. Однако, как полагают В.А. Дубовцев и Н.С. Розов, «Русская система», «Русская власть» – это, не столько понятия, сколько метафоры. Легкость такой интерпретации хоть и способствует созданию ясного и зримого образа, но оставляет не раскрытым главный вопрос: фатально ли возвращение и при каких условиях возможно поступательное продвижение без возвратов? В связи с этим исследователи предлагают использовать концепт «Русская власть» исключительно для понимания комплекса устойчивых и воспроизводимых в российской политической истории свойств политических режимов. В качестве гипотезы у них выступает идея «вертикального договора» и расширения субъектности. Каждый длительный период стабильности характеризуется тем что, те или иные социальные группы, накапливают имущественный ресурс в широком смысле, обретают способность к мобилизации для отстаивания своих имущественных и политических прав, претендуют на участие в принятии правовых и политических решений.⁴

¹ Макаренко В.П. Русская власть (теоретико-социологические проблемы). Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ, 1998.

² Пастухов В.Б. 2001. Конец русской идеологии. Новый курс или новый Путь? – Полис, № 1.

³ Янов А.Л. 1997. Тень Грозного царя. Загадки русской истории. М.

⁴ Дубовцев В.А., Розов Н.С. Природа «Русской власти»: от метафор к концепции // Политические исследования. 2007. № 3. С. 8-23.

Э.А. Паин, относит концепцию исторической инерции, которую Ю.С. Пивоваров и А.И. Фурсов назвали «Русской системой», к теориям, основу которых составляет идея культурного кода «русского гена», воспроизводящегося при любых исторических обстоятельствах. «Несущим каркасом этих условий, является господство природных ресурсов в экономике при дефиците человеческих. ...Самое главное: как не было в России общества, способного контролировать государство и воспринимать себя как основной элемент политической системы, так его и нет».¹ Аналогичной позиции придерживается и И.М. Клямкин, (Доктор философ. наук. Директор института социологического анализа, вице-президент фонда «Либеральная миссия» (с 2000).), который ссылается на результаты, специально проведенного широкомасштабного социологического исследования «Самоидентификация россиян в начале XXI века» по заказу одного из центров.² Сторонники «Русской системы» в таких проявлениях, как доминирование государства над личностью, по данным, составляют 7% респондентов, и их резерв (22%). Сторонники модернистской альтернативы, считающие главным приоритет интересов личности, ее самостоятельность и ответственность за свою жизнь, открытость страны составляют (33%) при резерве (37%). Почти все (96%) считают, что сегодня царит произвол властей, причем свыше 50% полагают, что от него нет защиты. Более половины (58%) убеждены в том, что власть держится сегодня, прежде всего на круговой поруке чиновников, коррупции, причем больше всего подобные настроения распространены среди «модернистов» При таком отчуждении населения от государства власть не может быть источником доверия, а становится главным источником недоверия, из чего следуют проблемы легитимности и социальной устойчивости. Согласно этим данным получается: что через 20 лет попыток либеральных реформ власть вернулась к привычным мерам. И.М. Клямкин делает вывод, что российское общество переросло «Русскую систему» еще при коммунистическом режиме, это стало главной причиной его падения и смены традиционных способов легитимации власти. Все условия для осуществления либерального сценария существуют и благоприятны как никогда, но проблема состоит в том, что до сих пор обществу не предложено такого проекта.

Что общего и в чем состоят различия в трактовках концепта Русской власти В.П. Макаренко, Ю.С. Пивоварова и А.И. Фурсова, И.М. Клямкина и других? Концепт Пивоварова Ю.С. отражает ключевые характеристики основных компонентов комплекса «Русской власти»: преимущественно принудительные социальные отношения в организациях и институтах с постоянно присутствующей угрозой легитимированного государством насилия, а также запечатленные в культуре символы и ценности «порядка» и «сильной руки.» «Вертикальный договор» не противоречит «принципу насилия», а дополняет и подкрепляет его. Действительно, если сторонами принят (как правило, на неформальном и даже на подсознательном уровне) тот или иной вертикальный договор, то он становится для них главным основанием подчинения и насилия. Вертикальный договор в России всегда предполагал ответственность власти за эти ценности, что до поры до времени оправдывало тяготы и лишения, готовность народа терпеть принуждение и насилие со стороны государства и его представителей.

Движение странницы без памяти о ее прошлом пути, движение каждый раз заново» – это попытки новой власти полностью сменить социальные формы и убеждения людей в соответствии с новыми, обычно импортированными с Запада, идеями, ценностями и практиками.

Кружение на месте, постоянный возврат к «системе русской власти» объясняются наличием во всех трех сферах более глубокого инвариантного слоя: неизменным оставался приоритет поддерживаемого государством принуждения и негласных вертикальных договоров в социальных структурах; в культурных образцах и психических установках сохранялся глубинный слой «порядка», государственного патернализма. Общим является то, что, во-

¹ Паин Э.А. Традиции и квазитрадиции: о природе российской «исторической колеи». URL: <http://www.polit.ru/lectures/2008/06/26/pain.html>.

² Клямкин И.М. «Неприкосновенный запас», № 1(27) за 2003г.

первых, феномену Русской власти придается метафизический характер, во-вторых, ее содержание подается в метафорах. Различия заключаются в трактовки «русской власти одних авторов лежит идея «власти-собственности», у других – идея «насилия». А также используемы авторами метафоры, подходы, методы исследования также различны¹.

ДИАГНОСТИКА ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ ПРИЗНАКОВ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ НАПРЯЖЁННОСТИ, СВЯЗАННОЙ С ЛОЖЬЮ ПОДСЛЕДСТВЕННЫХ

А.А. Олейник, студент

Научный руководитель **В.Е. Яровая**, старший преподаватель кафедры философии и психологии

Институт права и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

В наше время каждый человек может быть подвержен лжи и обману, а самое главное он подвергается этому, чуть ли не ежедневно. В правоохранительной системе проблема лжи стаёт особенно остро, преступивший закон человек, хочет не просто обмануть, его цель – избежать наказания за содеянное. Именно поэтому существует необходимость раскрытия лжи в данной структуре общества, разработки особой техники для повышения эффективности выявления лжи и обучения работников правоохранительных органов навыкам ситуативного распознавания лжи.

Цель данной работы: выявить вербальные и невербальные признаки эмоциональной напряженности, связанной с ложью подследственных.

Исходя из цели работы, мы выделяем соответствующие задачи:

1. описать ложь как психологический феномен;
2. описать критерии психологической диагностики вербальных и невербальных признаков эмоциональной напряженности, связанной с ложью;
3. исследовать вербальные и невербальные признаки эмоциональной напряженности, связанной с ложью подследственных.

Основные взгляды в понимании лжи можно рассматривать в определении Пола Экмана, в книге «Психология лжи»: «Ложь – это действие, которым один человек вводит в заблуждение другого, делая это умышленно, без предварительного уведомления о своих целях и без отчетливо выраженной со стороны жертвы просьбы не раскрывать правды».

Также автор выделяет два вида признаков лжи:

- утечка информации, которая чаще всего возникает по неосторожности лжеца;
- информация о наличие обмана, обусловленная тем, что ложь как творческий процесс, охватывающий практически весь спектр психических процессов человека ведёт к эмоциональной напряжённости, которая проявляется в уникальных, присущих только данной деятельности, признаках, являющихся универсальными для большинства людей.

Проведя анализ литературы по данной теме, мы выделили некоторые общие проявления эмоциональной напряжённости, систематизированные и описанные Хариным Ю.Л.

К вербальным признакам относятся:

- схематичность, стереотипность, лишённое частностей повествование;
- заверения в правдивости, особенно неоднократные;
- возрастание количества и длительности поисковых пауз перед отдельными словами или высказыванием вообще, тенденция к переспрашиванию вопроса, повтор вопроса вслух и т.д.;
- увиливание от прямого ответа, иногда его чрезмерная детализация, а также долгое объяснение того, чего не требуется долго объяснять;
- сбивчивость ответов;
- смена темы беседы (для отвлечения внимания от ранее высказанной лжи);

¹ Дубовцев В.А., Розов Н.С.. Природа «Русской власти»: от метафор к концепции // Полис, 2007, №3. С.8-23.

- затруднения в формулировании мыслей – наблюдается возрастание количества поисковых слов «это», «такой», растягивание конечного гласного в слове;
- частое употребление усилительных частиц «уже, ж»;
- употребление большего количества слов, выражающих неуверенность;
- большое количество грамматически и логически незавершенных фраз;
- увеличение длительности периода реакции на реплику собеседника;
- чрезмерное многословие, или наоборот вынужденное молчание, немногословность;
- увеличение громкости и быстроты речи;
- изменение тона голоса (возрастает высота голоса, реже отмечается более низкий голос по сравнению с обычным);
- заикание, ранее не характерное для данного человека;
- короткие покашливания, не характерные для обычной манеры говорить данного человека.

В качестве невербальных признаков выделяют:

- вегетативные реакции: покраснение лица, подергивание губ и т.д.;
- отвод глаз, избегание встреч с собеседником взглядом (изредка бывает наоборот, когда лгун смотрит на собеседника в упор и практически не отводит от него глаз);
- прищуривание, сужение глаз при ответах на вопросы;
- прикрывание рта рукой;
- прикосновение к носу или к уху (нос или ухо просто могут зачесаться, но при лжи, это движение длится достаточно долго);
- потирание века, почесывание и потирание уха, шеи, головы;
- скрещивание рук, обхватывание себя руками;
- скрещивание ног (часто в щиколотках);
- глазные тики (подергивание века и т.д.), слишком частое моргание;
- резкое расширение зрачков;
- перебирание, теревание, кручение чего-либо (бус, волос и т.д.);
- оттягивание ворота;
- отсутствие наклона головы в сторону (когда человек говорит честно, его голова обычно наклонена (иногда слегка) вправо или влево, но как только он начинает лгать – посадка головы становится прямой, напряженной);
- стремление занять как можно меньше места, прижимая руки к телу, поджимая ноги и как бы съеживаясь;
- пожимание плечами;
- отсутствие показа открытых ладоней;
- размахивание руками, изгибы пальцев, их разминка, фигурки из них;
- избыточные движения ногами, их напряжение и расслабление, движение лодыжкой вверх и вниз, выпячивание подъема ноги, постукивание носком без отрыва пятки от пола;
- нервное подергивание или покачивание ног, любые другие ритмичные движения.

При попытках выявить признаки эмоциональной напряжённости, связанной с ложью, следует помнить о так называемом «капкане Брокау»: наличие у некоторых людей данных признаков, может являться не признаком лжи, а их обычной манерой говорить. А также «ошибке Отелло»: сильнейшее эмоциональное напряжение, возникающее в виду самого факта обвинения, которое может ошибочно трактоваться как боязнь разоблачения, хотя на самом деле это боязнь быть обвиненным во лжи. Также существенной проблемой выступает обилие информации, которую приходится получать и обрабатывать сразу. К тому же следует всегда помнить, что абсолютных признаков обмана не существует, нет ни одного жеста, выражения лица или произвольного сокращения мышц, которые единственно и сами по себе означали бы, что человек лжет. Поэтому все признаки эмоциональной напряжённости, связанной с ложью, необходимо рассматривать в контексте определённой ситуации и в совокупности друг с другом.

Наличие данных признаков у подследственных, было взято за основу нашей работы.

Было проведено исследование, заключающееся в наблюдении за поведением подследственных на различных этапах ведения допроса. А также введены дополнительные методики, для повышения объективности результатов (методика «Честность», разработанная лабораторией AZPS и методика «Шкала мотивации одобрения» Марлоу-Крауна).

Структурированное наблюдение проводилось с помощью разработанной нами методики и бланка наблюдения с фиксацией наличия и частоты проявления вербальных и невербальных признаков эмоциональной напряжённости, обусловленной ложью.

Исследование проводилось с участием двух групп испытуемых. В первую группу вошли подследственные, предположительно дающие ложные показания, и ложь которых доказывается также и материалами дела (экспериментальная выборка – включала 6 испытуемых).

Вторая группа включала подследственных, предположительно не лгущих следствию, что также доказывалось материалами дела (контрольная выборка – включала 6 испытуемых).

На первых двух этапах наблюдения происходило выявление черт, свойственных манере общения испытуемого, для того, чтобы избежать «капкана Брокау», то есть при наличии признаков, описанных выше, на этих этапах, результаты этих испытуемых в расчёт не брались. На остальных этапах велось наблюдение и фиксация непосредственно признаков эмоционального напряжения.

Для избегания «ошибки Отелло», для наблюдения был выбран контрольный допрос подследственных, а также нами были введены дополнительные методики, измеряющие уровень честности и открытости испытуемого: методика «Честность», разработанная лабораторией AZPS и методика «Шкала мотивации одобрения» Марлоу-Д. Крауна, имеющие, по мнению Знакова Виктора Владимировича, высокую надёжность, в случае ситуативного их применения.

По результатам проведения методики «Честность» у испытуемых экспериментальной выборки, можно говорить о низких показателях по шкале честности у пяти испытуемых, что говорит о значительной склонности ко лжи, желанию приукрасить себя, своё поведение, а так же о высокой вероятности неискренности показаний испытуемых. У одного испытуемого выявлен очень низкий показатель по шкале честности, что говорит о ярко выраженной склонности ко лжи, приукрашиванию себя. Также можно говорить о низком показателе социального интеллекта у этого испытуемого. Показания испытуемого на допросе, скорее всего, являются неискренними.

У всех шести испытуемых, относящихся к контрольной выборке, выявлен нормальный результат, то есть склонность ко лжи не выявлена, испытуемый изредка склонен приукрашивать себя, своё поведение, но в пределах нормы. Вероятно, показания испытуемых во время допроса являются искренними.

По результатам методики «Шкала мотивации одобрения» можно говорить о следующих результатах: у всех испытуемых экспериментальной выборки выявлен высокий показатель мотивации к одобрению, скорее всего, они не искренни в своих показаниях, пытаются добиться одобрения, играя определённую роль. Результаты, полученные в контрольной выборке, показали средний уровень мотивации к одобрению, что говорит о вероятной искренности этих испытуемых.

На сегодняшний день исследование продолжается, проведено наблюдение в общей сложности по двенадцати испытуемым, шесть из которых относятся к экспериментальной выборке, а шесть к контрольной. По имеющимся результатам можно сделать некоторые предварительные выводы.

Выводы

По проведённому исследованию мы можем констатировать, что у испытуемых экспериментальной выборки, признаки эмоциональной напряжённости во время допроса наблюдались чаще, чем у испытуемых контрольной выборки.

Так вербальные признаки, такие как стереотипность и схематичность повествования, смена темы беседы и другие признаки, у испытуемых первой группы вдвое чаще встречаются, чем у испытуемых второй группы. Такие показатели как увиливание от прямого ответа или чрезмерная его детализация, а также заикания и короткие покашливания, ранее не характерные для человека, вовсе отсутствуют у испытуемых второй группы, хотя в первой группе встречаются довольно часто.

Невербальные признаки эмоциональной напряжённости также разнятся в среднем вдвое, хотя такие признаки, как скрещивание рук и ног являются мало информативными, так как одинаково часто встречаются у подследственных обеих групп.

Таким образом, мы можем сделать вывод, об актуальности данных признаков эмоциональной напряжённости, связанной с ложью, а также о более частом проявлении признаков эмоциональной напряжённости у подследственных, предположительно дающих ложные показания, и ложь которых доказывается также и материалами дела.

ДЕЛОВАЯ ИГРА «БОИ ЛИДЕРОВ» КАК МЕТОД ОЦЕНКИ И РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ И ОРГАНИЗАТОРСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ ВУЗОВ

П.Н. Петров, Н.А. Петрова, студенты

Научный руководитель **Е.А. Могилевкин**, канд. психол. наук, профессор кафедры философии и психологии

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Современный мир характеризуется усилением конкуренции, что ведет к изменению требований к подготовке выпускников высшей школы. Специфическими особенностями специалистов становится умение подходить творчески к своей деятельности, готовность к изменению профиля работы или полной переподготовке в соответствии с изменениями сферы труда и занятости. Возникла прямая зависимость между качеством подготовки специалиста, его трудоустройством, дальнейшей профессиональной карьерой и личной эффективностью. Поэтому при создании модели подготовки специалиста предполагается использование методов обучения, способствующих эффективному развитию имеющихся у студентов способностей и формированию навыков самостоятельности, системности мышления, умению перестраиваться в современном стремительно меняющемся обществе.

В отечественной и зарубежной психологии из всех активных технологий обучения чаще всего в целях развития коммуникативных и организаторских навыков используются деловые игры. Деловая игра зародилась как инструмент поиска управленческих решений в условиях неопределённости и многофакторности. В настоящее время они используются в учебном процессе вузов, как педагогическая технология, или один из методов активного обучения, при проведении социально-психологических тренингов и на производстве для решения производственных, социальных и психологических задач.

Деловая игра – форма моделирования предметного и социального содержания профессиональной деятельности специалиста в целях овладения нормами социально-производственной деятельности и поиска оптимального решения деловой ситуации [1, с. 10].

Бои лидеров являются примером деловой игры направленной на оценку и развитие коммуникативных и управленческих навыков. Именно эти качества являются одними из важнейших характеристик лидера [2, с. 194].

Деловая игра «Бои лидеров» – это технология, которая дает возможность учиться отстаивать свою позицию в сложных жизненных ситуациях; уважать и понимать позицию другой стороны; достигать цели, уважая при этом интересы противника; успешно вести борьбу за перехват и удерживать управление; отработать личные управленческие навыки в поединках с людьми разного жизненного и профессионального опыта, навыки создания собствен-

ной технологии подготовки к переговорам, что позволяет чувствовать себя спокойно и уверенно в сложных ситуациях.

Деловая игра «Бои лидеров» разработана Н.А. Петровой и П.Н. Петровым на базе подходов создателя Таллиннской школы менеджмента Владимира Константиновича Тарасова.

«Бои лидеров» – это публичное единоборство двух участников, каждый из которых стремится показать свое управленческое преимущество над партнером. Это преимущество достигается за счет личного управленческого мастерства, которое становится очевидным или, как минимум, заметным благодаря эффективному использованию различных управленческих приемов независимо от того, сознательно или бессознательно эти приемы были применены. Как и в любом поединке, особое значение имеет равенство стартовых условий и объективность судейства.

Благодаря обратной связи от судей – квалифицированных оценщиков, а также за счет возможности выступить в нескольких турах – вступить в поединок с разными партнерами, деловая игра «Бои лидеров» позволяет не только оценить указанные качества, но и развивает их. Обратная связь, является не диагнозом, но показывает направление для развития участника деловой игры. А участие в нескольких поединках, позволяет участнику на практике применить свои навыки и при необходимости, изменить свою тактику в соответствии с обратной связью (тем самым продемонстрировав такую компетенцию как готовность к изменениям). Все это закладывает развивающий компонент в рассматриваемую деловую игру.

Социальное пространство, в котором разворачивается поединок, – своего рода поле боя – задается какой-либо управленческой ситуацией конфликтного характера. Описание ситуации содержит указания на основных действующих лиц и на их действия, приведшие к данному конфликту. Таким образом, задаются роли.

В турнире может участвовать четное количество игроков. (Как правило, 16 или 32 игрока). Порядок участия определяется жеребьевкой. Правила проведения жеребьевки определяются Главным Арбитром. Номер разыгрываемой ситуации каждая пара получает на основании жеребьевки. Победитель финального поединка становится победителем Боя, участник финального поединка занимает второе место, 3 место разделяют участники полуфинала.

Участники боя. Секретарь Поединка проводит регистрацию участников. Участники имеют право выбирать свою роль и роль партнеру в заданной ситуации в ходе поединка, причем делают это по очереди и на ограниченное время: общее время поединка 10 минут по 5 минут на каждого участника. Участники не могут изменять заданных условий предлагаемой ситуации, но они свободны в дальнейшем развитие событий предлагаемой ситуации согласно выбранным ролям. Участники не должны опаздывать к началу поединка, если участник не является во время, ему засчитывается техническое поражение. Участники должны выбрать себе секундантов, они вправе пригласить на эту роль любое лицо.

Секунданты. Секретарь Поединка проводит регистрацию секундантов. Секундант помогает готовиться своему участнику к поединку, прорабатывает с ним различные возможные ситуации. Секундант во время поединка занимает место рядом со своим участником. Секундант не имеет права произносить какие-либо слова или подавать другим лицам какие-либо знаки. Он может вести, для себя какие – либо записи и делать пометки. Секундант имеет право приостановить на две минуты поединок в момент, когда работают часы его подопечного (на это время ход часов также приостанавливается), с тем чтобы дать последнему дополнительные инструкции. Секундант так же имеет право прервать поединок, если время противоположной стороны истекло, и для того, чтобы заявить протест, обращаясь к ведущему.

Главный Арбитр. Главный Арбитр является ведущим поединка. Главный Арбитр формирует состав судейских коллегий, принимает решения в спорных и конфликтных ситуациях. Решение, принятое и оглашенное Главным Арбитром, неоспоримо и подлежит обязательному исполнению участниками и зрителями поединка.

Судейство Боя. Принципы судейства. Судейство боя осуществляется лицами, привлекаемыми к осуществлению судейства, давшими согласие на исполнение судейских обязательств. Судья наделяются соответствующими полномочиями. Все судьи обладают единым статусом. Судьи независимы и осуществляют судейство самостоятельно, независимо от чьей бы то ни было воли.

Судейство поединка. До начала поединка судьи отвечают на вопрос ведущего о своей готовности осуществлять судейство поединка. В ходе поединка судьи выслушивают диалог игроков. При необходимости ведут письменные записи.

По окончании поединка судьи отвечают на вопрос ведущего о своей готовности осуществлять голосование. До голосования судья не вправе каким-либо образом выразить свое желание проголосовать за какого-то участника поединка. Открытое голосование осуществляется карточками с указанием номера участника («I» или «II»). Карточки для судейства Боя в обязательном порядке должны быть двусторонними. По команде ведущего судья должны проголосовать за одного из участников путем поднятия карточки с указанием номера участника, за которого судья отдал свой голос. Не дать очко ни кому из участников поединка судья не может. Карточки опускаются судьями после подсчета ведущим результата голосования и объявления участника – победителя.

После объявления ведущим победителя поединка и счета, судья дают краткие комментарии, обосновывая свое решение, указывая мотивы, побудившие их отдать свой голос за именно этого участника. При этом судья могут отмечать положительные и (или) отрицательные моменты выступлений участников.

Комментарии даются судьями по очереди. Продолжительность комментариев не должна превышать 2-х минут. Ведущий поединок не комментирует. Вопрос судьям лицами, участвующими в управленческом турнире либо присутствующими на нем, не задаются, действия судей не комментируются. После окончания поединка ведущий записывает победителя в турнирную таблицу.

Подсчет результатов. Победителем признается участник, за которого проголосовало большинство судей.

Описание ситуации проблемной ситуации.

Описание ситуации состоит из двух частей: статической и динамической.

Статическая часть – это краткое письменное описание ситуации, выдаваемое участникам накануне поединка, содержащее перечень основных и дополнительных ролей.

Динамическая часть – это правомерные дополнения к описанию ситуации, которые делают участники по ходу поединка. Дополнения считаются правомерными, если они не противоречат статической части и не противоречат правомерным дополнениям, уже ранее сделанным любым из участников в данном диалоге.

Первый городской турнир по деловой игре «Бои лидеров» проходил во Владивостоке в период с января по апрель 2010 года при поддержке Федерации Профсоюзов Приморского края. Участниками турнира стали студенты следующих вузов г. Владивостока: ВГУЭС, ДВГУ, ДВГТУ, ВГМУ, ТГЭУ, МГУ, Дальрыбвтуз [3], [4], [5].

Первый Чемпионат ДВФУ по деловой игре «Бои лидеров» проходил во Владивостоке в декабре 2010 года при поддержке Клуба Волонтеров ДВФУ и ОАО «МТС» [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13].

I Чемпионат ВГУЭС по деловой игре «Бои Лидеров» проходил при поддержке Кафедры Философии и Психологии ВГУЭС, Института Права и Управления ВГУЭС, Старостата ВГУЭС и Молодежного центра ВГУЭС. Научным руководителем проекта выступил канди-

дат психол. наук, профессор, Могилевкин Е.А. Генеральный партнер чемпионата – ОАО «МТС» Макро-регион Дальний Восток.

Чемпионат проводился с целью развития и оценки коммуникативных навыков студентов, и отбора наиболее способных участников для включения их в состав МТС-Клуба [14], [15], [16].

1. Дударев В. В. Активные формы социально-психологического обучения. Москва, 2000. – 10 с.

2. П. Н. Петров Лидер молодежного общественного объединения. (Исследование особенностей личности современного молодежного лидера)/Антропологические основы профессионально-личностного становления будущих специалистов в условиях молодежных объединений: Материалы Международной научно-практической конференции 7-9 октября 2009. / Отв. ред. С.В. Салыкова – Владивосток: Изд-во ДВГУ, 2010. – 194 с.

2. Дальрыбвтуз – Официальный сайт: «Бои лидеров» /Доступно из URL: <http://dalrybvvtuz.ru/announcements/2010-03-22-boi-liderov.htm>.

3. ВГМУ – Официальный сайт: «Бои лидеров финал» – 2010 /Доступно из URL: <http://vgmu.ru/university/profsoyuznyy-komitet/sobytiya/boi-liderov-final.htm>.

4. Дальрыбвтуз – Официальный сайт: «Кубок игры Бои лидеров» – 2010 /Доступно из URL: <http://dalrybvvtuz.ru/news/2010-03-25-kubok-igry-boi-liderov.htm>.

5. Социальная сеть Вконтакте: Событие «Бои лидеров в ДВФУ» – 2010 /Доступно из URL: <http://vkontakte.ru/event20796273> [Дата обращения: 19 октября 2010].

6. Объединенный студенческий совет ДВФУ – Официальный сайт: В ДВГУ пройдут Бои лидеров! /Доступно из URL: <http://studsovet.wl.dvgu.ru/index.php?id=810>.

7. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса – Финал деловой игры «Бои Лидеров» был организован студентами и профессором ВГУЭС /Доступно из URL: http://www.vvsu.ru/latest/article/10067378/final_delovoy_igry_boi.

8. Объединенный студенческий совет ДВФУ – Официальный сайт: В ДВФУ прошли «Бои Лидеров»! /Доступно из URL: <http://studsovet.wl.dvgu.ru/index.php?id=878>.

9. Клуб Волонтеров ДВФУ: Бои Лидеров 2010 – Лига ДВФУ /Доступно из URL: http://volonter-club.ucoz.com/news/boi_liderov_2010_liga_dvfu/2010-11-19-3.

10. Клуб Волонтеров ДВФУ: Бои Лидеров 2010 – Лига ДВФУ /Доступно из URL: http://volonter-club.ucoz.com/news/boi_liderov_liga_dvfu2/2010-11-29-4.

11. Клуб Волонтеров ДВФУ: «Бои Лидеров» – Финал ДВФУ /Доступно из URL: http://volonter-club.ucoz.com/news/boi_liderov_final_dvfu/2010-12-08-5.

12. Клуб Волонтеров ДВФУ: В ДВФУ прошел Чемпионат по деловой игре «Бои Лидеров»! /Доступно из URL: http://volonter-club.ucoz.com/news/v_dvfu_proshel_chempionat_po_delovoj_igre_boi_liderov/2010-12-13-7.

13. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса – Прими участие в деловой игре «Бои лидеров» /Доступно из URL: http://www.vvsu.ru/notice/article/10080640/primi_uchastie_v_delovoy/.

14. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса – Финал деловой игры «Бои лидеров» пройдет во ВГУЭС 2 марта /Доступно из URL: http://www.vvsu.ru/latest/article/10084222/final_delovoy_igry_boi/.

15. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса – Кубок I Чемпионата ВГУЭС по деловой игре «Бои лидеров» нашел своего обладателя! /Доступно из URL: http://www.vvsu.ru/latest/article/10086262/kubok_championata_vgues_po/.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ, СОЗДАЮЩИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ЗАРОЖДЕНИЯ НЕОФАШИЗМА

И.Р. Сафин, студент

Научный руководитель М.Ю. Потий, директор Казахстанской интеллектуальной школы «Байтерек»,
учитель высшей категории

Казахстанская интеллектуальная школа «Байтерек», г. Шымкент

Неофашизм – крайне реакционное политическое течение, отражающее взгляды наиболее агрессивных, милитаристских и шовинистских кругов крупной монополистической буржуазии. Подобно фашизму 20 – 40-х гг., Неофашизм представляет собой порождение государственно-монополистического капитализма. Вместе с тем социальную базу Неофашизма, так же как и нацизм в Германии и фашизм в Италии, находит в среде мелкой и средней буржуазии. Неофашистские партии и группировки обычно тесно связаны с теми или иными кругами правящего класса, которыми они финансируются и политическим интересам, которым они, в конечном счёте, служат. Политические убеждения, суть, сознательный выбор человека. Они требуют серьезного чтения определенной литературы, внутренней духовной и душевной борьбы, работы ума по выстраиванию идеологических конструкций и их защиты от критики оппонентов. При этом, конечно, всякая идеология тяготеет к универсализму и в идеале предполагает и соответствующий образ жизни, эстетические предпочтения и даже стиль одежды, но все же внешнее для серьезного сторонника политической идеологии – не главное. Существуют люди, которые разделяют идеи Адольфа Гитлера и вовсе не бреют головы, не делают татуировки «88», не слушают тяжелый рок. Напротив, сплошь и рядом сегодня встречаются идейные нацисты, которые работают в офисах или в научных центрах, носят строгие костюмы и «металлическим группам» предпочитают Вивальди и Баха. Так, в последнее время ультраправые идеи стали популярными среди молодой научной интеллигенции.

Среди причин породивших неофашистскую позицию молодёжи стоит отметить, прежде всего: рост конфликтов культур и этносов, нестабильная ситуация, неправильное воспитание в семье, незнание своей истории, отказ от своей культуры и перенимание чужой, в основном западной, афроамериканской культуры, которая чужда нашей. Ошибки в воспитании, точнее их последствия, склоняют молодёжь к поиску людей, которые их поддержат, и вместе с ними они пойдут против тех, из-за кого, по их мнению, начались все их беды, это в основном иммигранты, люди, которые отличаются цветом кожи, религиозными верованиями, ориентацией, разрезом глаз, и социальным положением.

Движение неофашистов, скинхедов, бритоголовых, постоянно устраивает стычки и столкновения, причём большинство противоправных действий совершается на основе расистских идей и неонацистской идеологии о лженаучной расовой теории и лженаучной Евгеники. В идеологии скинхедов присутствует крайняя форма расизма, проявляющаяся открытым выражении неприязни и ненависти по расовому и национальному признаку путём лозунгов, надписей, рисунков, призывов, и путём прямых действий: стычек, столкновений, драк. От рук неонацистов может пострадать любой человек, который не входит в рамки «чистокровного арийца» т.е это в основном представители монголоидной расы и негроидной. На территории постсоветского пространства, неофашизм стал уже не редким явлением, на Украине, пособникам фашистов устанавливаются памятники, проводятся собрания ветеранов воевавших против СССР. В прибалтийских странах, были случаи сноса памятников советскому солдату и установка памятников ССсовским добровольцам. Так же там ежегодно проходят парады ветеранов гитлеровских войск. Неофашисты в России – это в основном рус-

ские, которые придерживаются великодержавного шовинизма, и относятся к остальным Российским народам, как к второсортным.

Особенно агрессивная неприязнь имеет место к иммигрантам, беженцам, вынужденным переселяться из стран ближнего зарубежья. Главное в идеологии скинхедов – это национализм, национал-расизм, превозношение своей нации, как стоящей выше других. В идеале социальное устройство государства националистами мыслится, как государство с некоторыми элементами устройства Германии времён Третьего Рейха. Это должно быть унитарное государство, в котором существует значительное социальное и имущественное неравенство по цвету кожи и самая явная форма расовой дискриминации.

Некоторые социальные теории бритоголовых, скинхедов воплощены в их лозунгах. Самые популярные лозунги это гитлеровский «ЗИГ ХАЙЛЬ» – слава победе, и «White Power» – белая сила.

Бритоголовые являются противниками смешанных, интернациональных браков между людьми, принадлежащими к разным расам. основополагающим критерием выступает национальность и цвет кожи, по их мнению, в межрасовых браках рождаются расово неполноценные дети. Большинство скинхедов считают, что меры социальной защиты такие как бесплатное образование, бесплатное здравоохранение, социальное страхование, пенсионное обеспечение должны в первую очередь быть представлены высшей расе, т.е. им.

Возрождению фашистской идеологии и появлению неонацистов способствует и современная массовая культура, особенно продукция кино и шоу-бизнеса, производимая крупными американскими корпорациями. С ее помощью устанавливается культ вседозволенности, объявляются устаревшими нравственные нормы, целью жизни объявляется материальное потребление. Очевидно, что подобной культурной политике, объективно способствующей возрождению и распространению фашистской идеологии, нужно противопоставить деятельность по утверждению традиционных нравственных ценностей и принципов социальной солидарности. Скинхеды – это подростки и молодые люди, зачастую несовершеннолетние. Они не имеют собственных убеждений, потому что в силу юношеских максимализма, стадности, нескритичности мышления принимают за убеждения стереотипы массового сознания. Для них не столь важно: каковы на самом деле идеи нацизма, важнее для них стиль одежды или музыкальное направление или просто возможность выплеснуть агрессию, находясь в компании и чувствуя себя защищенным. Конечно, такие парни сразу бросаются в глаза, и мало кому в голову приходит, что это – игра, подражание «взрослым» рок-музыкантам и отрицательным героям боевиков (многие из которых идеологами Голливуда конструируются «под нацистов»). Большинство из этих подростков «Мою борьбу» никогда не открывали, а кто такой Шопенгауэр вообще не знают и слова такого произнести не могут, не говоря уже о других «авторитетах» нацистской идеологии. Естественно, такие подростки-скинхеды слабо знакомы с расовой «теорией», согласно которой они принадлежат к «низшей» и «вырожденческой» расе, несмотря на то, что они сами евреями себя не считают и даже не принадлежат к таковым по еврейскому ортодоксальному закону (согласно нацистским критериям человеком «с испорченной кровью» считался всякий, у кого в роду был еврей вплоть до поколения двухсотлетней давности). И не такой уж это уникальный случай, когда скинхедами становятся те, кто уж совсем не подходит к «арийскому идеалу». Известный исследователь молодежных субкультур М. Вершинин пишет: ««Скинхеды», «неонацисты», «красные», «анархисты», «антиглобалисты», «рэперы» – все они представители европейской и американской культуры».

*«Всё слилось и вновь с небесной пластикой,
И в глазах с лазурью огневой,
В чёрной форме, с лучезарной свастикой,
Мы пришли очистить Мир мечтой!»*

Автор этого стихотворения неизвестен, но известно, что оно появилось сравнительно недавно. Такие стихи пишут внуки победителей. Из стиха видно, что оно написано с пониманием к фашизму и поддержкой, неофашизм находит себе всё больше сторонников, и совсем необя-

зательно знать кто такой Гитлер, или Геббельс. Достаточно не проявлять человечность, терпимость и толерантность к окружающим, а также разжигать какую бы то ни было национальную рознь – это делает человека зверем. В своих «эмоциональных» речах Гитлер обращался именно к таким, к таким как он сам, к зверям и психически неуравновешенным людям, которые чувствуют себя защищенными, только нападая на других. Гитлеру удалось затмить людям разум и заставить их поддаться своим первобытным чувствам. Он манипулировал массами, потому что давил на их инстинкты, призывал их сражаться за свою жизнь, защитить родных и близких от восточных и азиатских «варваров». Но свято уверовав, что ему предназначена высшая цель, что он посланник бога, что его ведёт и поддерживает провидение, шёл на любые жертвы. Он не щадил ни врагов, ни союзников, ни свой народ. На его клич откликнулись те, кто считал себя ущемлёнными и обиженными, в наши дни неофашистами никогда не станут довольные и уверенные в своих силах молодые люди, отдающие себе здравый отчёт в своих действиях и имеющие память о зверствах фашизма, никогда не поддержат его. Другое дело, если человек сознательно пытается это забыть и оправдывает фашизм, сначала в своих глазах, чтобы быстрее приобщится к нему, а затем в глазах остальных, чтобы привлечь «товарищей». Ряды неофашистов пополняют даже те, кто, по мнению самих фашистов был врагом номер один – евреи. Неофашизм распространился даже в Израиле, более того он нашёл в еврейской общине поддержку и благоприятную почву для нормального развития. Напомню, что в период Третьего Рейха, фашистами было уничтожено около 6-ти миллионов евреев, это почти половина от всего еврейского населения Земли на тот момент.

«Звеня стальными кандалами в сопровождении вооруженных полицейских, группа крепких подростков, натянув футболки на бритые головы, входит в зал окружного суда города Рамлет. Их обступают репортеры всех мыслимых израильских каналов и изданий, наперебой спрашивая: за что тебя арестовали, ты же еврей; что означают твои наколки?

Татуировки расшифровываются легко. На ладони «88» соответствует восьмой букве английского алфавита H – аббревиатура нацистского приветствия «хайль, Гитлер». В Израиле случилось немыслимое: здесь появились собственные фашисты.»

Этот случай наглядно доказывает, что от угрозы неонацизма не застрахован ни один народ. Не нужно под Неофашизмом понимать только бритоголовых, только того кто не скрывает, что он неофашист. Отмечу, что для развития Неофашизма, ему необходима подходящая «благоприятная среда обитания». Этой средой может стать многонациональная страна, где не титульное население не является малочисленным. У Неофашизма, как и у любой болезни, есть стадии развития. Начинается проявление неприязни к «чужим». Далее, неприязнь трансформируется в проявления национализма. К неофашизму стоит отнести всё, что касается разных форм любой дискриминации, человеконенавистнических идей и национализм. Грань между ненавистью к соседу и фашизмом очень сложно провести и заметить. Сам того не подозревая, человек может превратиться в зверя, если его прельстит жажда наживы. Что-то подобное происходит в России сегодня. Суть всего русского нацизма заключается в том, что некая кучка самозванцев и отщепенцев, ни с того ни с сего, присваивает себе право определять, кто является, а кто не является русским – причем с далеко идущими последствиями. Ведь, исходя из обычных нацистских представлений, «нерусский» в нацистском русском государстве – это никто: человек без прав, что-то типа «негражданина» в странах Балтии. «Без прав» в самом прямом смысле – из многих дискуссий можно заключить, что и самим правом на жизнь «нерусский» будет обладать лишь условно, так сказать, «под настроение»...

В фильме «Семнадцать мгновений весны» между Штирлицем и Мюллером произошёл диалог, в котором Мюллер произнес слова, впоследствии ставшие пророческими: «Как только где-нибудь вместо слова «здравствуйте» произнесут «хайль» в чей-то персональный адрес – знайте, там нас ждут, оттуда мы начнем свое великое возрождение!». Тогда этим словам не было придано особого значения, т.к. в советском пространстве не знали, что такое неофашизм. Но теперь, когда неофашизм разросся и окреп, и видны ошибки, допущенные ранее, понятно, что неофашизм начинается со злобы и нетерпения. Как сказал один мудрец: «Терпение – первый шаг, на пути исправления ошибки».

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЩЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

К.А. Сотников, студент

Научный руководитель О.Ю.Митрофанов, канд. экон. наук, доцент кафедры ЭУПТ

Хабаровская государственная академия экономики и права, г. Хабаровск

Коммуникации с помощью компьютерных сетей – принципиально новая область социальной реальности. Интернет-коммуникация представляет собой единство четырех процессов: в нем создается новая реальность, которая отражает объективную действительность, выражает субъективно-личностный мир и передает свое духовное содержание всем участникам. Психологические исследования в этой области ведутся сравнительно недавно, преимущественно в рамках зарубежной психологии. Большой интерес представляет попытка исследовать перечисленные ниже процессы, понять, благодаря чему они становятся возможными, как протекают, какие закономерности тут имеют место быть, то есть разобраться в том, как при online-общении создается новая реальность, как она отражает объективную действительность, каким образом выражает субъективно-личностный мир собеседников.

Все формы Интернет – общения, в связи с его опосредованностью компьютером, обладают некоторыми особенностями.

1. Анонимность – несмотря на то, что иногда есть возможность получить некоторые сведения анкетного характера и даже фотографию виртуального собеседника, это недостаточно для реального и более – менее адекватного восприятия личности. Кроме того, при виртуальном общении наблюдается скрывание или презентация ложных сведений о себе. Вследствие подобной анонимности и безнаказанности в Сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения – аффективная раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения. Человек в сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален.

2. Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации – как правило, сильное влияние на представление о собеседнике имеют механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка желаемых качеств в партнере.

2. Добровольность и желательность контактов – пользователь Интернета добровольно завязывает всевозможные контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой момент.

3. Затрудненность эмоционального компонента общения и, в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках после основного текста послания).

4. Стремление к нетипичному, ненормативному поведению – зачастую пользователи Интернета презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают нереализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения.

Исследователи Интернет – общения обычно разделяют способы общения в Интернете по степени их интерактивности. Наиболее интерактивными средами общения считаются чаты (Internet Relay Chat, IRC и Multi-user dimension, MUDs), наименее интерактивными – e-mail и телеконференции. В телеконференции и при общении посредством e-mail общение происходит в режиме off-line, в отличие от чата и MUDs, где люди общаются on-line. Все названные формы общения обладают анонимностью, которая имеет целый ряд последствий. Чувства можно не только выражать, но и скрывать, равно как и можно выражать чувства, которые человек в данный момент не испытывает.

В результате физической непредставленности партнеров по коммуникации друг другу теряет свое значение целый ряд барьеров общения, обусловленных такими характеристиками партнеров по коммуникации, которые выражены в их внешнем облике: их полом, возрастом, социальным статусом, внешней привлекательностью или непривлекательностью, а также коммуникативной компетентностью человека, а точнее, невербальной частью коммуникативной компетентности.

Особенности коммуникации в Интернете позволяют человеку конструировать свою идентичность по своему выбору. Безусловно, люди осознают то, что ведут себя по-разному в разных ситуациях. Идея об обладании множеством «Я» относительно нова, но уже достаточно популярна. Если же человек полностью реализует все аспекты своего «Я» в реальном общении, мотивация конструирования виртуальных личностей у него, скорее всего, отсутствует. Общение в Интернет носит характер дополнения к основному общению. Но оно может иметь и компенсаторный, замещающий характер. Это происходит в случае формирования Интернет-зависимости (Internet-addiction). Явление Интернет-зависимости начало изучаться в зарубежной психологии с 1994 года. Интернет-зависимость определяется как навязчивое (компульсивное) желание выйти в Интернет, находясь off-line, и неспособность выйти из Интернет, будучи on-line. Рассмотрим причины Интернет-зависимости.

Исследователи Интернет-зависимых людей, выяснили, что они чаще всего используют чаты, MUDs, телеконференции, E-mail, WWW, информационные протоколы (ftp, gopher). Приведенные сервисы Интернет можно разделить на те, которые связаны с общением, и те, которые с общением не связаны, а используются для получения информации. К первой группе относятся чаты, MUDs, телеконференции, e-mail, ко второй – информационные протоколы. Было установлено, что Интернет – независимые пользуются преимущественно теми аспектами Интернет, которые позволяют им собирать информацию и поддерживать ранее установленные знакомства. Интернет – зависимые преимущественно пользуются теми аспектами Интернет, которые позволяют им встречаться, социализироваться и обмениваться идеями с новыми людьми в высокоинтерактивной среде. То есть, большая часть Интернет-зависимых пользуется сервисами Интернет, связанными с общением. Поскольку большую часть Интернет – зависимых в исследовании составили те, кто пользуется сервисами Интернет, основной частью которых является общение, то ее выводы относительно всех Интернет-зависимых касаются скорее именно этой группы людей. Исходя из данных, можно выделить две совершенно различных группы пользователей: висящих на общении ради общения (91 %) и висящих на информации (9%). Относительно того, какие особенности Интернета являются для них наиболее привлекательным, 86 % Интернет-зависимых назвали анонимность, 63% – доступность, 58 % – безопасность и 37 % – простоту использования.

Интернет-зависимые используют Интернет для получения социальной поддержки (за счет принадлежности к определенной социальной группе: участия в чате или телеконференции); сексуального удовлетворения; возможности «творения персоны», вызывая тем самым определенную реакцию окружающих, получения признания окружающих. Социальная поддержка в данном случае осуществляется через включение человека в некоторую социальную группу (чат, MUD, или телеконференцию) в Интернете. Как любое сообщество, культура киберпространства обладает своим собственным набором ценностей, стандартов, языка, символов к которому приспосабливаются отдельные пользователи. Включаясь в такую группу, человек получает возможности поддержки позитивного образа «Я» за счет позитивной социальной идентичности.

Будучи включенными в виртуальную группу, Интернет – зависимые становятся способными принимать больший эмоциональный риск путем высказывания более противоречащих мнению других людей суждений. В реальной жизни интернет-зависимые не могут высказывать аналогичные мнения даже своим близким знакомым и супругам. В киберпространстве они могут выражать эти мнения без страха отвержения, конфронтации или осуждения пото-

му, что другие люди являются менее достигаемыми, а потому, что идентичность самого коммуникатора может быть замаскирована.

Кроме того, Интернет особенно важен для тех людей, чья реальная жизнь по тем или иным (внутренним или внешним причинам) межличностно обеднена. В этих случаях, люди скорее и пользуются Интернетом как альтернативу своему непосредственному (реальному) окружению. Компьютеры (имеется в виду опосредованная компьютером коммуникация) создают иллюзию товарищеских отношений без требований дружбы. Далее, потребность в социальной поддержке может быть наиболее высокой именно в нашем обществе в связи с дезинтеграцией традиционных основанных на общности форм соседства и возрастанию количества разводов и изменений места жительства.

Ухудшение межличностных отношений в реальности ведет к Интернет-зависимости. Наконец, Интернет-зависимость может вызываться психопатологией: различная степень депрессии коррелирует с Интернет – зависимостью. Депрессивные больные, которые больше других испытывают страх отвержения и больше других нуждаются в социальной поддержке, пользуются Интернетом, чтобы преодолеть трудности межличностного взаимодействия в реальности. Относительно мотивации использования Интернетом второй группой людей (Интернет-зависимых, использующих преимущественно те сервисы Интернет, которые связаны с поиском информации) по результатам исследований нельзя сделать никакого однозначного вывода.

В целом, очевидно, что большая часть Интернет-зависимых висит на общении ради общения. Это может свидетельствовать о компенсаторном характере общения в Интернет у этой группы людей. Интернет-зависимые получают в Интернет различные формы социального признания. Их зависимость может говорить о том, что в реальной жизни социального признания они не получают, а также о том, что в реальной жизни у этой группы людей могут существовать определенные трудности в общении, которые снижают их удовлетворенность реальным общением. То есть, общение в Интернет, предположительно, обладает некоторыми характеристиками, которые сводят на нет причины трудностей в реальном общении. Для более полного понимания феномена Интернет-зависимости необходимо обратиться к другим видам зависимостей. Действительно можно заметить сходство Интернет-зависимости с навязчивым стремлением к азартным играм и с патологическим обжорством (булимией). Возможно более глубокое понимание феномена Интернет-зависимости через выделение определенных свойств личности, которые делают ее предрасположенной к формированию различных видов зависимости вообще, а также через сопоставление различных видов зависимости (наркоманических зависимостей, патологического влечения к азартным играм, булимии, со-зависимости и т.п.) и выделение некоторых общих закономерностей формирования зависимости.

Анализ различных форм общения в Интернете позволяет сделать вывод о том, что Интернет благодаря его особенностям является удобным средством для изучения идентичности. В качестве таких особенностей различные авторы выделяют анонимность, доступность, невидимость, множественность, безопасность, простоту использования. Благодаря этому восприятие человека человеком становится отделенным от базовых категорий социального познания, которые выражены во внешнем облике, таких, как пол, раса, возраст и принадлежность к определенному социальному слою. Это порождает два ряда феноменов: во-первых, в Интернете становится возможным конструирование виртуальных личностей; во-вторых, благодаря отличиям реального общения от виртуального становится возможной Интернет-зависимость.

Процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий в настоящее время очень динамичны, а их возможности для общества и экономики еще только начинают масштабно использоваться. Так, еще несколько лет назад сеть Интернет рассматривалась преимущественно как гигантская библиотека, и его главной задачей считалась помощь в поиске нужной информации и организация доступа к ней. В настоящий «коммуникационный» этап своего развития главной задачей всемирной сети является помощь в поиске желательных партнеров для всевозможного общения и предоставление необходимых средств

для организации такого вида общения. Следует отметить, что в настоящее время Интернет быстро становится мобильным. Количество пользователей Интернета, получающих доступ с мобильных устройств, становится больше, нежели количество пользователей с фиксированным доступом. Развитие мобильного Интернета сегодня обусловлено переходом телекоммуникационных компаний к новым стандартам сотовой связи, появлением сетей «третьего поколения» и совершенствованием существующих коммуникаций. Многие компании-производители, как сотовых телефонов (Nokia, Ericsson, Siemens), так и компьютеров (Compaq, Hewlett-Packard, IBM) – разрабатывают целый класс новых устройств, интегрирующих в себе функции мощного карманного компьютера и мобильного телефона, позволяющего подключаться к скоростным беспроводным сетям. Это свидетельствует о том, что и процесс общения в сети Интернет упростится и соответственно ускорится. Однако особенности и последствия общения в Интернете остаются мало изученной областью социальной психологии, а это делает дальнейшее изучение данной проблемы актуальным и интересным.

СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТЕ СОТРУДНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

А.В. Судоргина, студент

Научный руководитель **В.Е. Яровая**, старший преподаватель кафедры философии и психологии

Институт права и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является исследование стратегий поведения в конфликте сотрудников государственных и негосударственных учреждений.

Актуальность проблемы возникновения конфликтов, на сегодняшний день, является одной из самых важных и требующих повышенного внимания.

Как известно, вся наша жизнь – игра, и конфликт – часть игры, а потому взаимодействие оппонентов в конфликте протекает в рамках определенного стиля (или стратегии) поведения по отношению к противоположной стороне, в чем выражается актуальность данной темы. Порой оппоненты используют комбинации стратегий, что не всегда оправданно, так как между собой стратегии не всегда сочетаются, будучи альтернативными способами достижения поставленных целей. Ни одна из стратегий не может быть однозначно «хорошей» или «плохой». Каждая из них, будучи оптимальной в одной ситуации, неприемлема в другой.

Представители ранних школ управления, в том числе сторонники школы человеческих отношений, считали, что конфликт – это признак неэффективной деятельности организации и плохого управления. В наше время теории и практики управления все чаще склоняются к той точке зрения, что некоторые конфликты даже в самой эффективной организации при самых лучших взаимоотношениях не только возможны, но и желательны. Надо только управлять конфликтом. Роль конфликтов и их регулирования в современном обществе столь велика, что во второй половине XX в. выделилась специальная область знания – конфликтология.

Конфликты в организации – это неотъемлемая составляющая любой современной компании, организации, учреждения. Конфликты случаются там, где есть противоречия между людьми. Источником этих противоречий является разногласие в знаниях, умениях, личностных качествах, функциях управления, мотивах, потребностях, целях, взглядах, убеждениях, позициях, оценках и самооценках.

Люди, работающие в государственной организации, чувствуют более стойкую опору под своими ногами, поскольку существует определенный свод прав, который подкреплен Трудовым Кодексом Российской Федерации. Сотрудники негосударственных учреждений так же имеют этот же гарант, свод правил, но, однако, в нынешнее время, многие коммерческие предприятия терпят кризис, какие – то сложные материальные проблемы, что за частую при-

водит к конфликтам между сотрудниками, сотрудниками и руководителями, и выйти из конфликта спокойно, в данных ситуациях, удается очень редко.

Так же в негосударственных учреждениях более высокая конкуренция, каждый стремится занять более выгодную должность, что порой и провоцирует межличностные конфликты в организации.

Гипотеза: стратегии поведения в конфликте сотрудников негосударственных учреждений отличается от стратегий поведения в конфликте сотрудников государственных учреждений.

В ходе проделанной нами работы по исследованию научных источников литературы мы можем сделать вывод о том, что конфликт – столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов или субъектов взаимодействия.

Так же были выявлены факторы, влияющие на уровень конфликтности в коллективах организаций государственного и негосударственного типа. В коллективах государственных учреждений особенности межличностных отношений определяется в большей степени уровнем выполнения должностных обязанностей, нормативностью поведения и деятельности, задающихся иерархичностью организационно – функциональных связей. В коллективах организации негосударственного типа на уровень конфликтности в большей степени влияют: приоритетность в отношении организационных и личных интересов сотрудников, соответствие высоким стандартам деятельности. В равной степени оказывают влияние на уровень конфликтности в коллективах индивидуально – психологические качества сотрудников, уровень коммуникативной компетентности и профессионализма.

Традиционно различают пять основных стилей (стратегий) поведения в конфликте: уклонение, приспособление, конфронтация, сотрудничество и компромисс.

В исследовании принимали участие две группы испытуемых по 15 человек в каждой.

Выборка 1 – сотрудники государственных учреждений. Выборка 2 – сотрудники негосударственных учреждений.

Возрастные особенности обеих групп равные. В первой и во второй группе испытуемых возраст варьирует от тридцати пяти лет до сорока трех лет.

Половая принадлежность сотрудников государственных и негосударственных учреждений имеет почти одинаковую пропорцию, то есть в данных группах почти одинаковое соотношение мужчин и женщин.

Для исследования применялись методики «Личностная агрессивность и конфликтность» Е.П. Ильин, П.А. Ковалев; «Стратегии поведения в конфликте» К. Томас и «Методика рисуночной фрустрации. Взрослый вариант» С. Розенцвейга.

Анализ результатов

Таблица 1

Показатель уровня конфликтности, позитивной и негативной агрессии сотрудников государственных и негосударственных учреждений

Признак	Выборка 1	Выборка 2
Высокий уровень конфликтности	0	0
Средний уровень конфликтности	15	15
Низкий уровень конфликтности	0	0
	Выборка 1	Выборка 2
Позитивная агрессия	12	8
Негативная агрессия	3	7

Результаты проведенного исследования, при помощи методики Е.П. Ильин, указывают на то, что у всех испытуемых данных организаций средний уровень конфликтности. Что, собственно, может указывать на то, что сотрудники государственных и негосударственных учреждений, вероятно, испытывают негативное явление, вызывающее обиды, непонимание в тех случаях, когда к нему будет проявляться несправедливость, либо когда проявляются различия в характерах, взглядах, манерах поведения с людьми, в которых испытуемый находится в общении.

Исследования указало на отличие позитивной и негативной агрессии сотрудников государственных и негосударственных учреждений. В данном случае, уровень негативной агрес-

сии у семи сотрудников негосударственных учреждений и трех сотрудников государственных учреждений. Это интерпретируется как косвенная, вербальная агрессия, раздражительность, подозрительность. Это, возможно, связано с тем что, в наше время, достаточно трудно найти достойную работу и заниматься своим любимым делом, поскольку существует довольно высокая конкуренция. Вследствие чего, в большей степени, сотрудникам негосударственных учреждений, может быть, свойственна негативная агрессия и средний уровень конфликтности.

У двенадцати сотрудников государственных учреждений и восьми сотрудников негосударственных учреждений преобладает позитивная агрессия. Которая интерпретируется как возможность выживания, безопасности и напористость.

Таблица 2

Стратегии поведения в конфликте сотрудников государственных и негосударственных учреждений

Выборка 1		Выборка 2	
Соперничество	2	Соперничество	2
Сотрудничество	5	Сотрудничество	4
Компромисс	7	Компромисс	7
Избегание	5	Избегание	3
Приспособление	0	Приспособление	0

Исследование стратегий поведения в конфликте, по методике К. Томаса, сотрудников данных организаций показало, что семь сотрудников государственных и семь сотрудников негосударственных учреждений придерживаются стиля компромисс, то есть это некое желание оппонентов завершить конфликт частичными уступками, это этап на пути поиска приемлемого решения проблемы. Стратегия компромисса не портит отношения. Более того, она способствует их положительному развитию.

Пять сотрудников государственных и четыре сотрудника коммерческих организаций выбирают стиль сотрудничества, то есть это высокий уровень направленности как на собственные интересы, так и на интересы соперника. Данная стратегия строится не только на основе баланса интересов, но и на признании ценности межличностных отношений.

Пять сотрудников государственных и три сотрудника негосударственных учреждений придерживаются стратегии избегания, то есть стремление уйти от конфликта. Она характеризуется низким уровнем направленности на личные интересы и интересы соперника и является взаимной. По сути, это взаимная уступка.

Два сотрудника из данных учреждений выбирают стиль соперничества, то есть прежде всего исходят из оценки личных интересов в конфликте как высоких, а интересов своего соперника – как низких. Выбор стратегии принуждения в конечном итоге сводится к выбору: либо интерес борьбы, либо взаимоотношения.

У четырех сотрудников государственных учреждений, и у двух сотрудников негосударственных учреждений преобладает две, и более стратегий поведения в конфликте. В основном это сочетание сотрудничество – компромисс, и сотрудничество – избегание, то есть либо испытываемые стремятся к конструктивному обсуждению проблемы, рассмотрение другой стороны не как противника, а как союзника в поиске решения, либо желают завершить конфликт частичными уступками, отказом от части требований, которые ранее выдвигались, готовностью признать претензии другой стороны частично обоснованными, готовностью простить.

Таблица 3

Исследование направленности реакции в конфликте сотрудников государственных и негосударственных учреждений

Выборка 1		Выборка 2	
Направленность реакции OD	2	Направленность реакции OD	2
Направленность реакции ED	3	Направленность реакции ED	4
Направленность реакции NP	10	Направленность реакции NP	9

Результаты полупроективной методики Розенцвейга показали, что у десяти сотрудников государственных и девяти сотрудников негосударственных учреждений преобладает направленность реакции на ситуацию, которые рассматриваются как нечто незначительное или неизбежное, преодолимое со временем, обвинение окружающих или самого себя. У трех сотрудников государственных и четырех сотрудников негосударственных учреждений преобладает направленность реакции на самозащиту, то есть активное порицание кого-либо, уклонение от упрека. Два сотрудника из данных учреждений выбирают направленность реакции на препятствие, то есть акцентируются препятствия, не зависимо от того, расцениваются они как благоприятные, неблагоприятные или незначительные.

Таблица 3а

Исследование типа реакции в конфликте сотрудников государственных и негосударственных учреждений

Выборка 1		Выборка 2	
Тип реакции Е	3	Тип реакции Е	4
Тип реакции I	2	Тип реакции I	2
Тип реакции М	10	Тип реакции М	9

Тип реакции у десяти сотрудников государственных и у девяти сотрудников негосударственных учреждений импунитивный, то есть преобладает постоянная потребность найти конструктивное решение конфликтной ситуации. Два сотрудника государственных и негосударственных учреждений выбирают тип реакции интропунитивные, то есть реакция направлена на живое самого себя, с принятием вины. Три сотрудника государственного учреждения и четыре сотрудника негосударственного учреждения выбирают тип реакции экстрапунитивные, то есть реакция направлена на живое или неживое окружение, осуждается внешняя причина конфликта.

Гипотеза подтвердилась. Существуют различия в выборе стратегии избегания, соперничества, т.е. большее число сотрудников государственных учреждений выбирают данные стратегии, в сравнении с сотрудниками негосударственных учреждений.

Возможно это связано, с тем, что люди, работающие в государственных и негосударственных учреждениях имеют разные индивидуально-психологические особенности, определяющие общую ведущую направленность межличностных притязаний в коллективах, различия в склонности к агрессии, поскольку, как упоминалось выше, люди, работающие в коммерческих предприятиях более агрессивны, поскольку им свойственно подсиживать своих коллег, чтобы занять выше должности и высокую заработную плату. В коллективах государственных учреждений особенности межличностных отношений определяется в большей степени уровнем выполнения должностных обязанностей, нормативностью поведения и деятельности. В коллективах организации негосударственного типа на уровень конфликтности, и стратегий поведения в конфликтах, в большей степени влияют: приоритетность в отношении организационных и личных интересов сотрудников, соответствие высоким стандартам деятельности.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В РФ

А.Р. Ульянова, студент

Научный руководитель Ю.С. Лебединская, ассистент кафедры менеджмента

Институт права и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Корпоративная социальная ответственность – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы. Это обязательно выходит за рамки установленного законом обязательства соблюдать законодательство и предполагает, что орга-

низации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а так же местного сообщества и общества в целом.

По сути, реализуя социальные программы, бизнес стремится с одной стороны – реабилитировать себя в глазах общества, а с другой – надеяться улучшить свой имидж, укрепить репутацию брендов, увеличить конкурентоспособность продукции и, естественно, прибыль. Как справедливо отметил американский профессор Т. Бош, основной толчок для движения КСО дали две вещи – «социальная» природа бизнеса и юридический контекст, в котором создаются корпорации и в котором они функционируют.

Практика КСО является предметом многочисленных споров и критики. Защитники утверждают, что имеется прочное экономическое обоснование КСО, и корпорации получают многочисленные преимущества от того, что работают на более широкую и продолжительную перспективу, чем собственная сиюминутная краткосрочная прибыль. Критики спорят, КСО уходит в сторону от фундаментальной экономической роли бизнеса; одни утверждают, что это не что иное, как приукрашивание действительности; другие говорят, что это попытка подменить роль правительств в качестве контролера мощных мультинациональных корпораций.

В прошлом году Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП) был создан Национальный реестр корпоративных нефинансовых отчетов, большинство из которых подготовлено в соответствии с руководством GRI.

Следует отметить, что в российской практике ключевым фактором при принятии решения о внедрении процесса социальной отчетности является ее влияние на прибыль. Компании давно убедились в том, что если корпоративной социальной отчетности уделяется должное внимание, то лояльность общества к предприятию и его продукции заметно возрастает. Индексирование нематериальных активов является уже неотъемлемой частью биржевых сделок, ведущие рейтинговые агентства вводят в свой набор услуг составление рейтингов социальной ответственности.

Одним важнейшим направлением работы организации по развитию социальной отчетности является внешний аудит. Несомненно, любые усилия компаний по аудированному рейтингованию корпоративной отчетности приносят PR-отклик, но потенциал корпоративной социальной отчетности гораздо больше. Стратегической целью российских лидеров корпоративной отчетности являются не дивиденды от PR-акции, а переход к взвешенному биржевому индексированию стабильности компаний и их социального и экономического потенциала. Аудиторские рейтинги – лишь шаг на пути к рейтингам биржевым. Именно они, обладая достаточно прочным фактическим обоснованием и репутационным весом, способны укоренить мысль о том, что отчетность в компании должна быть информативной и открытой. Организации должны быть заинтересованы в подготовке отчетности, видеть в ней инструмент управления инвестиционной политикой и залог своего стабильного развития и процветания.

В России пока большинство компаний не предъявляют обществу социальные отчеты : в 2008 году свою социальную отчетность представили всего 8 компаний, в 2009 году – 13. Правда, по итогам 2010 года РСПП и Агентство социальной информации насчитали уже более 20 таких компаний, среди которых «Газпром», ЛУКОЙЛ, Shell, ТНК-ВР, РАО «ЕЭС России», «Сибнефть», «Русал», «Норильский никель». К производственным компаниям постепенно начали присоединяться и финансовые организации: первопроходцем в подготовке корпоративной социальной отчетности на российском рынке стала ФК «УРАЛСИБ».

В России рядом компаний концепция корпоративной социальной ответственности принята в полном объеме. Однако часто можно встретить и неполное или искаженное понимание концепции КСО. Так, например, некоторые считают, что КСО сводится к уплате налогов в полном объеме и соблюдении законов, другие полагают, что КСО – это благотворительная деятельность, а социальный отчет – еще один вид рекламы, используемый преуспевающими предприятиями, которые при этом ничего не меняют в своей деятельности. Третьи уверены, что КСО – форма бюрократического давления, затратная статья, не способствующая

щая финансовой эффективности и отвлекающая ресурсы от решения более важных бизнес-задач. Есть и такие, кто думает, будто КСО не имеет отношения к средним и малым предприятиям, а также, что это – изобретение консультантов, стремящихся продать новые услуги. И, наконец, кто-то убежден, что КСО – это вообще что-то несерьезное и недостойное внимания топ-менеджеров.

Каждое предприятие должно понимать, как его бизнес влияет на сотрудников, на потребителей продукции и поставщиков, на местное население, муниципальное, региональное и федеральное правительство, а также на источники финансирования (акционеров, кредиторов, банки) и другие связанные с его деятельностью стороны. У предприятия должна быть налажена обратная связь со стейкхолдерами: предприятие должно прислушиваться к их предложениям и взвешивать, каким образом оно может улучшить свою работу. Этот принцип является базовым для увеличения стоимости бизнеса, улучшения репутации, упрочения долгосрочных перспектив развития.

Итак, руководству предприятия необходимо сосредоточиться не только на экономическом, но и на экологическом и социальном развитии своей компании. Экологическая и социальная деятельность должна стать частью общей стратегии, а при ее разработке должны учитываться интересы всех заинтересованных сторон. Важным моментом является также система мониторинга, которая позволяет стейкхолдерам определить, есть ли реальные улучшения в деятельности предприятия. Корпоративная социальная ответственность и отчетность – это прозрачность предприятий, которая находится в тесной связи с качественным корпоративным управлением.

Сегодня репутация играет очень важную роль при рыночной оценке предприятия – устойчивая репутация способствует повышению акционерной стоимости и росту популярности бренда.

В России компании пока больше уделяют внимание внедрению социальной ответственности и социальной отчетности, а экологическая ответственность и отчетность – менее популярны. Некоторые компании полагают, что самое лучшее – оборудовать собственную поликлинику или оплатить отдых для детей сотрудников. Однако наибольший эффект от внедрения принципов КСО достигается, когда предприятие занимается экологической и социальной деятельностью, непосредственно связанной со своим основным бизнесом.

Россия уже вступила на путь социальной ответственности, по которому она будет идти и дальше. При этом основной движущей силой является именно отчетность, поскольку ценности, видение и цели ответственности, которые были в России неотъемлемой частью традиций меценатства, в настоящее время утрачены. Таким образом, в ближайшее время будет происходить формирование и становление этих важнейших составляющих КСО. Российский бизнес уже разделяет мнение зарубежных коллег о необходимости ведения взвешенной и последовательной социальной политики и подготовки социальной отчетности как эффективного инструмента взаимодействия со стейкхолдерами и повышения капитализации компании. А это значит, что российские предприятия будут осваивать и развивать этот инструмент. Чем крупнее бизнес, чем многостороннее и разнообразнее его влияние на общество, тем важнее независимая оценка информации, представленной в отчетности. Необходимо осмыслить опыт зарубежных коллег и создать очаги его эффективного применения, это позволит поддерживать общую положительную динамику в первую очередь по возрождению ценностей КСО. Социальная отчетность крупной компании должна быть выполнена в соответствии с ведущими мировыми стандартами и требует обязательного независимого аудита, ведь ее показатели оказывают существенное влияние на капитализацию бренда и являются индикатором привлекательности компании.

В настоящий момент система подготовки социальной отчетности пока недостаточно распространена в России не только в силу небольшого интереса бизнеса к проблемам социальной отчетности, но также из-за элементарной нехватки опыта и специалистов. Необходи-

мо растить профессионалов в этой сфере, в том числе через подготовку специальных образовательных программ по КСО. Значительно поможет процессу становления и развития социальной ответственности в России одобрение и поддержка государством. При этом нужны компании-локомотивы, отрабатывающие методологию КСО в российской практике.

Любой отчет компании (финансовый, годовой или социальный) оценивается с точки зрения полноты представленной в нем информации, и ее существенности для заинтересованных сторон. Традиционно для бизнеса выделялись два адресата отчетности – акционеры и государство. Сегодня, с усложнением среды ведения бизнеса, ростом конкуренции и общественного внимания к экологической безопасности, перечень заинтересованных сторон существенно расширился. Основная тенденция – стремление к повышению прозрачности нефинансовых (в том числе социальных, экологических и пр.) аспектов деятельности коммерческих компаний, что способствует снижению рисков ведения бизнеса и важно не только для общества, но и для инвесторов. Соответственно, возникли новые виды отчетов, изменилось содержание традиционных.

Лучшим нефинансовым отчетом является тот, который содержит информацию, позволяющую оценить количество и качество нематериальных активов компании, уровень управления ее нефинансовыми рисками, специфику управления и компетентность менеджмента, стратегические приоритеты и потенциал предприятия, – то есть отчет о корпоративной социальной ответственности и устойчивости организации. Особенность нефинансовой отчетности состоит в том, что в процессе ее составления происходят диалоги с заинтересованными сторонами, которые получают возможность высказать свои рекомендации и пожелания относительно того, что компании следует освещать в отчете.

Основные результаты от внедрения процесса подготовки нефинансовой отчетности в корпорации следующие:

1. улучшение рейтингов, в частности рейтинга корпоративного управления, что, в свою очередь, способствует привлечению заемного капитала для компании;
2. содействие в укреплении международной репутации, а также в привлечении в качестве акционеров инвесторов;
3. возможность привлечения более дешевых и «длинных» займов (например, получение кредитов от банков, следующих «принципам Экватора», невозможно без оценки уровня экологической ответственности);
4. повышение интереса инвесторов не только к компании, но и непосредственно к менеджменту, который с помощью нефинансовой отчетности продемонстрировал качество своего корпоративного управления, корпоративную устойчивость, высокий уровень управления нефинансовыми рисками и способность эффективно взаимодействовать с заинтересованными сторонами;
5. повышение степени доверия в отношениях компании с заинтересованными сторонами, что позволяет предотвращать потенциальные угрозы и конфликты с заинтересованными сторонами.
6. Примеры компаний, подготовивших социальные отчеты

Разговоры о социальной ответственности помимо всего прочего вызваны также возрастающим пониманием хозяев организаций, что социальные конфликты лучше предупреждать заранее и часть капитала можно потратить на социальные нужды работников. Появилось желание самого бизнеса уменьшить социальное неравенство и напряженность в обществе. Правда, многие меняют свой имидж быстрыми и эффектным акциями, рассчитанными на создание собственной популярности, а не на решение стоящих перед обществом проблем. Между тем социальная ответственность – это не проекты, а непрерывный процесс.

Социальная отчетность является тем инструментом, с помощью которого бизнес отслеживает общественные ожидания, что также способствует повышению репутации и укреплению имиджа организации. Социальные программы – долгосрочные вложения организации в нематериальные активы.

Отсутствие методик для организаций, находящихся на разных стадиях понимания социальной ответственности, отбивает охоту написания таких отчетов. Ведь даже предприятия малого бизнеса могут быть социально ответственны, они уже начинают идти по этому пути, но им не хватает мотивации в виде методик. Кроме того, их сдерживает отсутствие льготного налогового режима для организаций, занимающихся социально ответственным бизнесом».

КСО постепенно станет базовой идеологией корпоративного управления и менеджмента, как это уже произошло в большинстве развитых стран мира. Сейчас в России существует целая палитра составляющих корпоративной социальной ответственности, и каждая компания дает свое определение этому понятию через призму своих стратегических задач и приоритетов, своей корпоративной культуры и степени той ответственности и обязательств, которые она готова на себя принимать.

Такой подход будет способствовать тому, что в социально ответственных компаниях эта деятельность будет последовательно осуществляться через регулярный диалог с обществом и применяться при стратегическом планировании и управлении компанией, а также отражаться в результирующей системе экономических, экологических и социальных показателей. Суть этой работы заключается в том, что любые производственные и экономические решения принимаются с учетом их социальных и экологических последствий для компании и для общества. Только при таком построении КСО превращается в мощный фактор стратегического развития, укрепления деловой репутации и конкурентоспособности компании.

В общем, основные проблемы дальнейшего эффективного развития КСО в России проистекают слабо оформленного спроса на социальную активность частного сектора: общественный запрос не сформулирован, публичные представления о справедливости искажены, слабы механизмы публичного информирования и общественного признания социальной работы компании.

Подводя итог, можно выделить ряд тенденций, характеризующих развитие КСО в России на данном этапе:

1. Мероприятия в области КСО российских компаний ориентированы в основном на ближний круг стейкхолдеров: персонал, акционеры.

2. Реакция российских компаний на социальные проблемы носит спонтанный характер. Предпринимаемые ими действия направлены в первую очередь, на сглаживание пиков социальной напряженности.

ВТОРИЧНАЯ ЗАНЯТОСТЬ СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

А.М. Филюков, студент

Научный руководитель **О.Б. Романова**, ассистент кафедры государственного и муниципального управления

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В наши дни ни для кого не является новостью то, что многие студенты очной формы обучения совмещают работу и учебу. Такое поведение можно заметить не только у старших, но и у студентов первых-третьих курсов.

Данный феномен называется вторичной занятостью и исследуется уже не один год. По данным исследований социологов различных Российских институтов можно сделать вывод, что явление вторичной занятости порождает некую структуру со своими специфическими рабочими местами и трудовыми отношениями, оказывает влияние на процесс обучения, на отношения между субъектами ВУЗа, на формирование вовлеченности и заинтересованности (или наоборот) в рабочий процесс. По данным исследования 36% школьников к моменту выпуска из 11го класса еще не определились с выбором профессии, исходя из чего можно сделать вывод, что 36% учащихся следуют случайному или чужому выбору специальности при

поступлении в ВУЗ. Среди таких студентов наиболее существенное влияние на процесс обучения оказывает вторичная занятость. Так как студент, занятый на каком-либо предприятии (вне зависимости от сферы), принимает участие в трудовом процессе и имеет возможность реализации своих навыков, то в случае успешной работы скорее всего сместится парадигма его трудовой мотивации. В ходе социологических исследований выявлена устойчивая корреляция между обоснованностью выбора профессии и заинтересованностью в обучении среди учащихся. Таким образом, человек, случайно выбравший специальность или сделавший выбор не в соответствии с аспектами, не имеющими отношения к его трудовой мотивации, будет терять интерес к учебе и заинтересованность в успешном завершении учебного процесса. [1, 133]

Данное влияние оказывается и на студентов с вполне осмысленным выбором, так как в отсутствии привлечения в профессиональной сфере деятельности чисто теоретические знания своей специальности не стимулируют никакой заинтересованности со стороны студента.

Конечно же нельзя забывать и о физическом состоянии студентов. Ведь многие рабочие места непрофессиональной занятости предполагают работу в ночное время или часть дневного (так называемые парт-таймеры).

Не исключено, что часть студентов не станет уделять обучению больше своего личного времени, даже если таковое появится, но студенты совмещающие работу и обучение получают двойную нагрузку, вследствие чего становятся легко утомляемыми и подверженными различным стрессам. Отсюда рассеивание внимания, ухудшение запоминаемости, снижение физической и умственной активности. А в некоторых случаях имеют место элементарные опоздания и пропуски занятий, что конечно же не может не сказаться на успеваемости.

Успеваемость студентов, точнее каждого студента – это показатель уровня ВУЗа в целом. И если студент долгое время отстает по учебным показателям, то он имеет очень существенный шанс на отчисление.

А занятых людей в большинстве групп ВГУЭС приблизительно 10%, [3] исходя из чего возникает вопрос: какое решение в отношении этих студентов будет правильным? Оставить все как есть или попытаться что то изменить? Создать дополнительные условия для вторичной занятости студентов или оставить ситуацию в ее нынешнем виде?

В марте 2011 года группой студентов ВГУЭС совместно с преподавателем было проведено опрос на тему «Отношение преподавателей к вторичной занятости студентов» [3]. По результатам опроса, можно сделать вывод, что преподаватели в большинстве своем настроены положительно относительно вторичной занятости студентов. Более того, многие из опрошенных преподавателей считают, что студенту стоит совмещать работу и учебу и в свою очередь готовы проявлять некоторую лояльность к занятым студентам.

Но, хотя многие респонденты и отмечали положительные стороны трудовой деятельности среди студентов, такие как опыт, независимость и новые знакомства, все же практически все опрошенные однозначно отметили снижение успеваемости и увеличение числа пропусков занятий.

Преподаватели в большей степени готовы поддержать работающих студентов, но, как правило, сами они знают о внеучебной жизни студентов очень немного и не могут конкретно отметить, кто из студентов работает. Таким образом, работающий студент, не смотря на высказанное одобрение со стороны преподавателей, остается в нестабильной ситуации, так как нагрузка и общий принцип сдачи материала остается таким же, как и у остальных студентов.

Так же очень важным моментом является то, что студенты как правило, заняты не только не по специальности, а даже часто в иной сфере деятельности, никак не коррелирующей с их будущей профессией.

Вторичная занятость способна не только направить жизнь студента в иное русло, сформировать его трудовые мотивации, дать необходимый опыт базовых навыков трудовых взаимоотношений. Эта система, с ее временными и неквалифицированными рабочими местами в общей совокупности может оказывать влияние и на рынок труда в стране, так как именно занятость студента во время учебы формирует в нем трудовые способности и намерения.

Многие из опрошенных преподавателей, не смотря на минусы определенного характера, порождаемые вторичной занятостью тем не менее склонны одобрять и поддерживать это явление и считают, что уровень студенческой занятости нет необходимости снижать.

В этом мы склонны проявлять солидарность, но с некоторыми оговорками. Действительно, нет необходимости и смысла в сокращении числа работающих студентов, потому как это получение необходимых в будущем навыков, при помощи которых студент сможет ориентироваться в сфере трудовых отношений и быть более конкурентоспособным, чем выпускники, таких навыков не имеющие. Работодатель нуждается в квалифицированных сотрудниках, готовых работать «здесь и сейчас», а не в тех, кто знает свою специальность только по конспектам.[2,140] А также, что не маловажно, студент, работая, удовлетворяет свои финансовые потребности, коих в большом городе в самый активный период жизни возникает с избытком.

Возможно, есть смысл в создании специальной системы вторичной занятости, в которой студент мог бы учиться, получая какие-то возможности сдачи материала, и работать на базовой должности или хотя бы в сфере приложения своей будущей профессии.

Основываясь на принципе прохождения студентами профессиональной практики на предприятиях города, создать условия для постоянной работы только на несколько измененных условиях. Таким образом, ВУЗ сможет выпускать более квалифицированные кадры, так как студент юрист, который три из пяти лет проработал в пиццерии официантом, будет существенно отличаться от студента который работал хотя бы помощником секретаря адвокатской конторы.

Безусловно, сам ВУЗ очень немного сможет сделать для реализации подобной системы. К этому необходимо привлекать и работодателей, которые могли бы создать рабочие места специального характера, на которых могли бы работать студенты и в случае ухода одного его безболезненно мог бы заменить другой. Не исключено, что в результате таких взаимодействий могли бы возникнуть сильные партнерские отношения.

Так же профессиональная деятельность с начальных лет обучения способствовала бы развитию эффективности труда среди выпускников ВУЗов. Например, по результатам опроса газеты «Ведомости», на вопрос «Могли бы вы увеличить производительность своего труда?» ответили: – 51% могут значительно, а 27% незначительно повысить производительность труда! И только 18% процентов говорят, что работают на «полную катушку».[4] Если грамотно внедрить опыт подобного рода, а затем распространить его в регионах, то не исключено, что и производительность труда в масштабах всей экономики изменится в лучшую сторону. А это уже способно стимулировать и рост экономики страны.

1. Арсентьева Н.М., Бусыгин В.П., Харченко И.И. Модели поведения молодежи в сфере образования и на рынке труда: Механизм и факторы формирования.// Регион: экономика и социология. Издательство СО РАН. N 1. 2006. – С. 126-140.

2. Насибуллин Р.Р. «Социологические исследования», № 11, Ноябрь 2007, Молодежь на рынке труда крупного города. Институт социологии РАН. 2007. – С. 140-142.

3. Собственные исследования студентов группы РК 0901 ВГУЭС совместно с преподавателем О.Б.Романовой.

4. Газета «Ведомости» опрос на сайте: Могли бы Вы увеличить свою производительность труда? Период опроса 14.04.2009 – 15.04.2009 Всего голосов: 1015 Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/poll/opinions.shtml?24/524>.

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ, ПРИРАВНЕННЫХ К РАЙОНАМ КРАЙНЕГО СЕВЕРА

А.М. Хамадуллин, С.А. Фирсов, студенты
Научный руководитель О.В. Лобода, канд. социол. наук,
доцент кафедры государственного и муниципального управления

*Институт права и управления Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В Приморском крае к районам Крайнего Севера и местностям приравненным к районам Крайнего Севера относятся районы: Дальнегорский, Кавалеровский, Ольгинский и Тернейский; рабочий поселок Восток Красноармейского района и Богуславецкий, Вострецовский, Дальнекутский, Измайлихинский, Мельничный, Рощинский, Таеженский сельские поселения Красноармейского района, находящееся в административном подчинении п. Восток.¹

На сегодняшний день данные районы находятся в кризисном состоянии. Это отражается во всех аспектах жизнедеятельности данных территорий: неблагоприятная ситуация с естественным воспроизводством населения: низкий уровень рождаемости, высокая смертность, высокая дотационность местных бюджетов, суровый климат, уязвимость природы, большая удалённость населённых пунктов от административных центров, слабая транспортная инфраструктура, повышенные затраты на производство и жизнеобеспечение населения, эти и многие другие факторы, способствующие низкому уровню качества жизни населения.

Актуальность проблематики заключается в том, что данные территории занимают по площади около 1/3 всей территории Приморского края и богаты полезными ископаемыми (медь, железо, сурьма, олово, бор, сера и др.), ряд из которых находится исключительно на данных территориях. В тоже время население, проживающее на данных территориях, составляет всего лишь 6% от общей численности жителей Приморского края.²

В ходе исследования данного вопроса были выявленные следующие социально – экономические проблемы развития муниципальных образований Приморского края приравненных к районам Крайнего Севера.

Первый блок рассматриваемых нами проблем – проблемы законодательного регулирования в реализации полномочий органов местного самоуправления.

Федеральным законом от 6 октября 2003г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» существует большое число нерешенных проблем. При распределении доходных источников бюджета недостаточно учитываются характерные только для таких районов расходные обязательства, например, связанные с обеспечением продукцией, особенно топливно-энергетическими ресурсами и продовольствием. Сегодня данная проблема особо остро стоит в Тернейском муниципальном районе, ввиду большого расстояния между сельскими поселениями района и муниципальным центром, а также отсутствия дорожного полотна топливно-энергетические ресурсы и продовольствия доставляются в эти поселения при помощи вертолета Ми-8.

Объем налоговых доходов местных бюджетов может быть увеличен за счет реализации мероприятий, предусмотренных в Бюджетном послании Президента Российской Федерации о бюджетной политике в 2010-2012 годах, путем закрепления за бюджетами муниципальных районов и городских округов фиксированной величины отчислений от налога, взимаемого в связи с

¹ Постановление Совета Министров СССР от 3 Января 1983 Г. N 12 «О внесении изменений и дополнений в перечень Районов Крайнего Севера и местностей, приравненных к Районам Крайнего Севера», утвержденный Постановлением Совета Министров СССР от 10 Ноября 1967 Г. N 1029.

² Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по приморскому краю. [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.primstat.ru/default.aspx>.

применением упрощенной системы налогообложения, расширения участия органов местного самоуправления в осуществлении полномочий по администрированию местных налогов.

Острой проблемой является отсутствие у поселений возможностей по формированию и предоставлению земельных участков. В результате от деятельности органов местного самоуправления поселений фактически не зависит увеличение налогооблагаемой базы земельного налога, который полностью зачисляется в местные бюджеты.

Значительная часть северных муниципальных образований не имеет собственной доходной базы и потенциала для экономического развития и не готова, и не способна осуществлять весь закрепленный за ними объем полномочий. В связи с этим целесообразно: во-первых, укрупнение, а в некоторых случаях ликвидация муниципальных образований. Например, в 2011 г. Красноармейском районе Администрация Приморского края решила ликвидировать сельские поселения Молодежное и Таёжное.

Во-вторых, необходимо законодательно закрепить возможность формирования на малонаселенных территориях местного самоуправления по одноуровневому принципу (сохранив только муниципальные районы), и ввести институт старост, либо предоставить возможность упразднить поселения с численностью жителей менее 500 человек с передачей управления такой территорией администрации муниципального района.

Второй блок рассматриваемых нами проблем – социально-экономические проблемы.

Одним из самых важных условий успешной реализации полномочий органов местного самоуправления в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях является кадровое обеспечение. Значительное число муниципальных служащих не имеют необходимого уровня подготовки, а в местных бюджетах нет средств на их обучение. Поэтому должна быть создана более эффективная система подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для местного самоуправления.

В целях повышения уровня жизни населения данных территорий и покупательской способности главами муниципальных районов предлагается восстановить ч. 2 ст. 11 Закона Российской Федерации № 4520-1 (О государственных гарантиях и компенсациях для лиц, работающих и проживающих в районах крайнего севера и приравненных к ним местностях), предусматривающую возможность выплаты молодежи (лицам в возрасте до 30 лет) процентной надбавки к заработной плате в полном размере с первого дня работы в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, при условии проживания в указанных районах и местностях не менее пяти лет.¹

Из-за удаленности и неразвитости сети коммерческих услуг во многих районах Севера ряд услуг населению в таких сферах жизни, как общественное питание, торговля, бытовое обслуживание и так далее, приходится обеспечивать органам местного самоуправления.

В связи с этим необходимо на законодательном уровне закрепить налоговые льготы субъектам малого и среднего бизнеса на определенный период (до 2 лет).

Что касается развития данных территорий, то одним из самых успешных инструментов развития депрессивных территорий в мировой практике является создание на них Свободных Экономических Зон (в Российской Федерации используется термин Особые Экономические Зоны). На наш взгляд, создание ОЭЗ в отрасли глубокой переработки леса позволит: внедрить инновационные технологии, организовать полный цикл переработки леса и восполнить лесной фонд.

Целесообразным думается создать на базе Сихотэ-Алинского заповедника (Тернейский район) туристско-рекреационную ОЭЗ. Данные инструменты позволят привлечь инвестиции, развить инфраструктуру, пополнить бюджеты, что послужит мощным импульсом развития Северных территорий.

¹ С.Г. Курчинский. Предложение главы Тернейского муниципального района «О проблемах законодательного регулирования и предоставления государственных гарантий и компенсаций для лиц, работающих и проживающих в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях», 2011 г.

Что касается разработки, добычи и переработки месторождений полезных ископаемых законом «Об особых экономических зонах в РФ»¹ не допускается. Данную отрасль можно развивать в рамках частно-государственного партнерства в форме концессионного договора при поддержке Инвестиционного фонда РФ.

В качестве важного инструмента привлечения частных инвестиций в северные районы добычи полезных ископаемых можно рассматривать решение об установлении нулевой ставки налога на добычу полезных ископаемых.²

Ключ к успеху в сфере государственно-частного партнерства лежит в согласованном формировании целей и разделении рисков по их достижению между бизнесом и властью. Партнерство государство и бизнеса должно заключаться в том, чтобы государство гарантировало бизнесу снижение рисков невозврата вложенных средств, предоставляло при необходимости определенные гарантии и преференции, а задача бизнеса искать способы финансирования и эффективно реализовывать социальные проекты для достижения согласованных целей.³

Особенно остро стоят социальные проблемы коренных малочисленных народов Севера. В Приморье проживает более двух тысяч представителей коренных малочисленных народов – удэгейцы, тазы, нанайцы, эвенки. Пять муниципальных образований края определены как места их компактного проживания. Статус национальных имеют села Красный Яр Пожарского района, Агзу Тернейского района и Михайловка Ольгинского района.

В советский период патернализм по отношению к коренным малочисленным народам Севера стал государственной политикой. Создавались колхозы, а затем совхозы, государство закупало продукцию традиционных отраслей хозяйствования по специально завышенным ценам, чтобы люди имели средства на нормальную жизнь и развитие промысла.

После распада СССР государственная политика по поддержке малочисленных коренных народов прекратило свое существование, а народы с традиционным образом жизни оказались не приспособленными к рыночным отношениям.⁴

На наш взгляд, представляется целесообразным во-первых, разработать и внедрить такую систему государственных и муниципальных закупок продукции коренных малочисленных народов, которая гарантировала бы сбыт их традиционных товаров по реально рыночным ценам. Данная система закупок используются в ряде субъектов РФ, например, власти Ямало-Ненецкого автономного округа закупили 4 тысячи тонн оленины по высокой цене и поставили это диетическое мясо в Данию, но, к сожалению, в России такие примеры единичны.

Во-вторых, закрепить на государственном уровне места традиционного проживания данных народов. В-третьих, определить особенности организации местного самоуправления в районах проживания и традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера на основе сочетания общинного самоуправления с местным самоуправлением.⁵

Вопрос о важности Северных районов Приморского края без сомнения должен являться приоритетным для настоящего и будущего развития сильной России. Государственная политика в отношении Северных регионов должна быть продуманной и комплексной. Сложившиеся ситуация на Дальнем Востоке может привести к возрастанию угрозы национальной безопасности, попыткам заселения этих территорий населением сопредельных государств. На сегодняшний день численность постоянно проживающего населения на севере Китая со-

¹ Федеральный Закон от 22 июля 2005 года N 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации».

² Проблемы Севера и Арктики РФ. Научно-информационный бюллетень выпуск двенадцатый, октябрь, 2010.

³ Издание Совета Федерации «Использование механизмов государственно-частного партнерства в решении задач комплексной модернизации социальной инфраструктуры в районах крайнего севера и приравненных к ним местностях» 29 апреля 2010 года.

⁴ А.С.Матвеев: Как помочь коренным малочисленным народам выжить в рыночных обстоятельствах // «Российская Федерация сегодня» N 7, апрель 2010 года.

⁵ Издание Совета Федерации «О проблемах реализации полномочий органов местного самоуправления в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях», 25 ноября 2010 года.

ставляет более ста миллионов человек, численность же Дальнего Востока составляет около семи миллионов человек.

Поэтому, на наш взгляд, социально-экономическое развитие Северных территорий Приморского края возможно только при постановке и решении следующих задач:

- политическая, освоение данных территорий и закрепления на них населения;
- экономическая, для освоения и успешного развития Северных территорий необходимо в рамках экспериментального проекта оставить всю налоговую базу в данных муниципальных образованиях сроком на пять лет и инвестировать их в форме федеральных и региональных целевых программ;
- управленческая, создание системы экономических и социальных стимулов, которые бы сделали работу на Севере привлекательной и оправданной и в полной мере обеспечивали компенсацию материальных и моральных потерь.

Если сегодня на федеральном уровне власти не будут поставлены вышеуказанные задачи, а вследствие этого и не будут решены, то ни о каком развитии северных территорий Приморья не может быть и речи.

1. Постановление Совета Министров СССР от 3 Января 1983 Г. N 12 «О внесении изменений и дополнений в перечень Районов Крайнего Севера и местностей, приравненных к Районам Крайнего Севера», утвержденный Постановлением Совета Министров СССР от 10 ноября 1967 Г. N 1029.

2. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по приморскому краю. [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://www.primstat.ru/default.aspx>.

3. Федеральный Закон от 22 июля 2005 года N 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации».

4. Проблемы Севера и Арктики РФ. Научно-информационный бюллетень выпуск двенадцатый, октябрь, 2010.

5. А.С.Матвеев: Как помочь коренным малочисленным народам выжить в рыночных обстоятельствах // «Российская Федерация сегодня» N 7, апрель 2010 года.

6. Издание Совета Федерации «О проблемах реализации полномочий органов местного самоуправления в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях», 25 ноября 2010 года.

7. Комитет Совета Федерации по делам Севера и малочисленных народов. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://severcom.ru/>.

CURRENCY WARS

A.S. Gayduk, D.A. Karyukhina, students
Scientific Adviser **Elizabeth Reynolds**

Institute of foreign language of Vladivostok State University of Economics and Service

The term Currency war is comparatively new, but it is the first word nowadays that comes to mind when we discuss global economic problems. The fact that this problem was one of the main topics of discussion for the recent G20 summit proves its seriousness. The Manipulation of a country's currency rate is a rather common method of governmental control over market and trading, but recently it became grounds for conflict between nations. During an economic crisis each country tries to do everything possible to protect its economy. These actions are reasonable and understandable unless it hurts global trading and consumers from other countries.

A Currency war, also known as competitive devaluation, is a condition in international relations in which countries compete against each other in order to achieve a relatively low exchange rate for their home currency, so as to help their domestic industry.

Devaluation has been advised by the IMF from the early 1980s for developing nations that are consistently spending more on imports than they earn on exports. A lower value for the home currency will raise the price for imports while reducing the price for exports. This encourages more production to occur domestically, which raises employment and GDP.

The most common mechanism for devaluation is central bank intervention. If it sells its own currency to buy other currencies[then this will cause the value of its own currency to fall and vice versa. Less directly, if a central bank indulges in quantitative easing as had become common in 2009 and 2010, this tends to lead to a fall in the value of its currency even if the bank does not directly buy any foreign assets. A third method is for the authorities simply to talk down the value of their currency, by hinting at future action that will discourage speculators from betting on a future rise, though this method sometimes has little discernible effect. A fourth method to effect a devaluation is for a central bank to lower its base rate of interest.

As we have already said it is normal for governments to control currency exchange rate, but nowadays when all countries are involved in international trade, such actions can have negative effects on other countries and slow down economic recovery after a crisis.

The main dispute in this arena occurs between China and the USA. The Chinese economy is growing quickly, but the government keeps the yuan's rate at a relatively low level, because China is an exporting country and low production costs help Chinese goods to be competitive. The US government blames China for violating the principles of a free market economy. According to experts, the yuan is undervalued by 40%. But it is questionable whether the USA has any right to make such accusations, as they were using QE2 to try to devalue its currency without consideration to the effect the resulting capital inflows might have on emerging economies. America has in effect issued an ultimatum to China and G20: either you stop this predatory behavior and agree to some formula for global rebalancing, or we will deploy QE2 `a loutrance to flood your economies with excess liquidity.

Keeping up with global trends Europe has solved its problems mostly by devaluing the euro. Trouble for eurozone began when the rate of its currency reached 1.6 dollars, making export to the USA unprofitable. Next Greek budget problems arrived. Exaggerated and professionally promoted they caused the fall of the euro rate to 1.2 dollars. When the US Finance minister complained about their domestic problems, Europe announced a budget deficit in Ireland, Spain, Portugal and this helped to stop euro from growing.

Emerging economies often live on income from exports, so they tend to weaken their currencies a lot. Experts point out that countries such as Brazil, South Korea and Thailand sold their respective currencies in the weeks preceding the report to curb gains and support exports. South Korea, Taiwan, Brazil, Colombia and Russia were also tightening rules to limit capital flows and avoid swings in their currencies.

The only G20 country which did not devalue its currency is Russia. Russian Finance Minister Alexei Kudrin said it was too early to make "a decision regarding currency exchange rates. Such measures aren't yet sufficiently formulated." He also stated other BRIC countries support Russia in opposing any US push to limit the ability of governments to control their currencies. But if currency wars will prosper, the Russian economy will have many problems. And devaluation will be the only measure to protect domestic production. Currency wars can make oil prices plunge, but prices for import products will fall. Russian consumers will be able to buy foreign goods cheaper than domestic. Even an egg produced somewhere in the USA will be less expensive than the same egg from any Russian farm. And it will literally kill production in our country. There is a contradictory opinion about rubles rate however. Some experts say that the undervalued ruble is beneficial only for extracting companies, as they get income in dollars and euros while their basic expenses are in

rubles. For high tech industries, which have to import a lot of equipment cheap the ruble makes purchases too expensive.

The Circumstances of a global currency war can be bad for all countries involved. All experts agree that currency wars hurt economic recovery. IMF chairman, Dominic Strauss-Kahn said "There is clearly the idea beginning to circulate that currencies can be used as a policy weapon...Translated into action, such an idea would represent a very serious risk to the global recovery...Any such approach would have a negative and very damaging longer-run impact.

The most pessimistic analysts speak about a coming trade war, when governments will ban the import of certain goods in order to make exporting countries obey their rules. They also admit that when any country puts too much money in the market it creates personal advantages in global trade. Its trade partner countries have to copy these actions trying to keep balance in their foreign sales. All these start the inflation process, involving more and more participants.

Strong currency is always considered to be an indicator of a good economy, devaluations almost always led to social unrest. Devaluation can lead to a reduction in a citizen's material standard of living as their purchasing power is reduced both when they buy imports and when they travel abroad. It can add to inflationary pressure. Devaluation can make international debt servicing more expensive and it can discourage foreign investors.

Nowadays global rebalancing is not progressing as well as needed to avoid threats to the global economic recovery. It makes officials from the world's 20 biggest economies search for common ground on currency valuation during this crucial time. Meetings and summits are held in order to offer solutions.

Refrain from competitive devaluation of currencies – an effort to calm anxiety over a wave of protectionism in which countries would weaken their currencies to bolster their own exports. Officials from the world's 20 biggest economies promised to refrain from weakening their currencies, agreeing to let the markets exert more influence in setting foreign exchange rates. They also agreed to move toward more market-determined exchange rate systems that reflect underlying economic fundamentals. The IMF urged most developed countries to boost exports, for some emerging markets to enhance domestic consumption and let their currencies appreciate. The G-20 also continued to increase the role of the I.M.F. as a watchdog over its member economies in the hope that it might help arbitrate thorny trade and currency disputes. One significant development was the agreement of transferring more than 6 percent of voting power within the I.M.F. to dynamic emerging-market and developing countries like Brazil and India by the fall of 2012. Incidentally China and Germany, promised to stimulate domestic consumption and rely less on foreign consumers.

This conflict once more illuminates the problems industrialized countries face in terms of intensified globalization. In the last decade officials of such countries supported economic growth together with the well-being of the people in many cases at the expense of state debt increasing. However nobody has the audacity to make the necessary drastic steps: any radical decisions may cause utterly unpredictable consequence. It will turn into a total growth of protectionism policy. Much will depend on how Western countries will succeed in reducing the state debt.

ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

PRESERVATION OF CULTURAL HERITAGE

А.О. Алимova, студент

Научный руководитель Н.К. Тещина, старший преподаватель кафедры западноевропейских языков

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Every year the problem of preserving historical and cultural heritage is getting more and more crucial all over the world.

Cultural or historical heritage is the legacy of physical artifacts and intangible attributes of a group or society that are inherited from past generations, maintained in the present and bestowed for the benefit of future generations. Cultural heritage includes tangible culture (such as buildings, monuments, landscapes, books, works of art, and artifacts), intangible culture (such as folklore, traditions, language, and knowledge), and natural heritage (including culturally-significant landscapes, and biodiversity). Monuments are especially incurred to the destruction among other cultural heritage. Monument preservation is the effort to save monuments from the forces that can destroy, damage, or move them. Every community and society has a very precious heritage which has to be and can be transferred to the next generation and it is the responsibility of the civil society to transfer that heritage to the next generation.

Why is monument preservation important? When an existing monument is destroyed the cost of surveys for private citizens, companies, governments, and other organizations increases. Valuable information is lost forever. Ultimately the costs of this lost information and of replacing these destroyed monuments is carried by society as a whole. We began to irrevocably lose monuments faster than we manage to research and document them. It is much more efficient, and economical to preserve surveying monuments once they are set.

There are several factors that can contribute to the destruction or invalidation of a land surveying monument. The main and permanent factors of risk for the country's cultural heritage include numerous natural and anthropogenic environmental factors.

Earthquakes, landslides, rising groundwater levels, the environmental crisis with alarming pollution emissions and deposition, formation of smog in cities, pollution of streams, catchment basins and lakes, degradation of soils, and the absence of drainage systems leads to the destruction of cultural, historical, archeological and religious monuments, as well as more recent engineering works (e.g., bridges, aqueducts).

The physical monument can be destroyed by construction or erosion. It can also be moved by geologic forces that raise, sink, or shift the land in which the monument has been set. The monument can be buried or placed underneath buildings and other structures. The most common cause of monument destruction is construction. In cities experiencing rapid economic growth, historic districts with rich cultural heritage are often demolished and replaced by modern high-rise buildings. Man-caused pressure on environment is resulting in sharp speeding of monument destruction. Since 1991 there has been rapid construction boom that destroyed thousands of historical buildings. Moscow losses of the 20th and 21st centuries are estimated at over 640 notable buildings. Some of them disappeared completely, others were replaced with concrete replicas and still listed as genuine historical buildings. Only a few cases of destruction reached the court of law. This situation is typical for Russia as a whole.

Most of the cases of destruction and demolition are usually backed by local authorities. And that is a great problem.

Recently, acts of vandalism, especially graffiti drawing on monuments of culture, was identified as a problem both by the police and the Russian Government. The latest crime statistics have shown a rise in vandalism, of which graffiti is the most concerning one. Graffiti has started to appear more regularly in the last 15 years, but only recently it has started to spread more widely. This crime is connected with teenage vandals who purposely mark writings on the street walls which contain swear words or scribbled pictures and are on display until cleaned off.

One more reason for monument destruction is incorrect reconstruction. As a result monuments lose their original appearance and worth for humanity. Indifferent attitude of people to objects of cultural heritage, unsocial behavior and many conflicts and wars are also the reasons for monument destruction.

Any government tries to preserve its cultural heritage. There're a lot of documents and programs which are devoted to this problem. For example: the law "About the objects of cultural heritage", Black(there're irrevocably lost monuments) , Red(there're monuments which can be saved) and White(there're refurbished or preserved monuments) books and many others.

Monument conservation through private support has been recognized as the most effective in the world practice. For example, in France there is a law about transfer of a building considered an architectural heritage to a private owner with a term of encumbrance, which means the owner has to keep historical look of the object and maintain its appropriate condition. In the USA a trusting form of monument management has been used for 30 years. Americans use the scheme opposite to the Russian one. First favorable conditions for investments and after that, the monuments get transferred to private owners for restoration. As a result the restoration serves not only the purpose of cultural heritage but the purpose of economic revival of the cities.

In Russia, cultural heritage is regulated by the 2002 Federal Law, "On items of cultural heritage (monuments of history and culture) of peoples in the Russian Federation." To enhance cultural heritage preservation in the Russian Federation, a new federal organization was established in 2004 with the Ministry of Culture: the Federal Service to Control the Observation of Federal Laws in Mass Media and Cultural Heritage Preservation. Its office was established in Primorskiy Krai. The division is responsible for protecting the monuments of federal significance and enforcing laws regarding heritage of regional and municipal significance. The Vladivostok administration has organized the general town-planning scheme. The plan includes developing monument preservation zones, which will determine: the general requirements for providing the best views of the monuments, the city's historical environment, observation points, and the historical landscape when new construction and other activities take place in the city.

Obtaining the true information on monuments and their preservation is the public concern all over the world. Taking into consideration many reasons for monument destruction the following project has been prepared. The main points of the project are:

- To allocate financial resources for surveillance cameras in the areas of the monuments and fix them.
- To build an alternative youth territory with panels for drawing graffiti and practicing extreme sports.
- To organize information campaigns for the importance of historical heritage and encourage citizens to inform about acts of vandalism.
- To conduct a survey among school students regarding the reasons for aggressive behavior.
- To achieve the careful reconstruction of monuments .
- To organize annual researches in monument changes.
- Creation of drainage systems.

ЛИМЕРИК КАК ТРАДИЦИОННАЯ ФОРМА ЛИТЕРАТУРЫ АБСУРДА В ВЕЛИКОБРИТАНИИ

А.В. Быкова, студент

Научный руководитель Л.М. Рочикашвили, канд. филол. наук, доцент кафедры английской филологии

Уссурийский государственный педагогический институт, г. Уссурийск

Целью данной работы является рассмотрение лимерика как уникального явления английской поэзии, основанного на абсурде и потому имеющего амбивалентный смысл.

Основные способы построения текста в литературе абсурда – языковые и речевые аномалии, орфографические ошибки, опровержение собственных слов, фрагментарность, отсутствие логики.

Абсурд (от лат. *absurdus* – нелепый) – нелепость, бессмыслица. С точки зрения литературоведения, это особый стиль написания текста, для которого характерны подчеркнутое отсутствие причинно-следственных связей, гротескная демонстрация нелепости и бессмысленности человеческого бытия [СЭС 1988: 32].

Значительную роль в английской литературе XIX века заняла детская литература абсурда. Она выпадает из общей картины литературного развития, однако имеет глубокие корни в народной поэзии и классической литературе.

Основоположниками классического литературного абсурда являются Льюис Кэрролл и Эдвард Лир. До XIX в., до того времени, когда эта форма стала популярной и обрела те четкие черты, которые присущи ей и считаются характерными для нее и по сей день, лимерики, появлялись иногда в печатном виде, в сборниках “*The History of Sixteen Wonderful Old Women*”, и “*Anecdotes and Adventures of Fifteen Gentlemen*”. Стихи в этих сборниках, хотя и были написаны в форме лимерика, так не назывались. Само слово «лимерик» официально вошло в английский язык в 1898 г., когда оно было зафиксировано в Оксфордском словаре (*Oxford English Dictionary*) и объяснялось как «неприличные бессмысленные стихи» (*indecent nonsense verse*) [Ражева 2006: 329].

Славу Э. Лиру принесли две небольшие книжки – *Book of Nonsense* (1846) и *More Nonsense* (1870). Он посвятил их детям и внукам графа Дерби, верным друзьям и ценителям «прыганья на одной ножке». Но после выхода в свет первой из этих книг стало ясно, что читать их будут не только дети. «Бессмыслицы» Э. Лира сразу же прочно вошли в большую литературу, оказав немалое воздействие на ее развитие.

Э. Лир использовал форму народного лимерика. Он сохранил его основную схему, введя, однако, небольшие изменения. Он слил третью и четвертую усеченные строки в одну, объединенную внутренней рифмой, и придал особую торжественность первой строке употреблением заглавных букв. В то же время он сосредоточил свое внимание на маловероятном, необычном, отбросив все другие традиционные сюжеты лимерика.

*There was a Young Lady of Bute
Who played on a silver-gilt flute;
She played several jigs
To her uncle's white pigs,
That amusing young lady of Bute.*

More nonsense 1989, p. 12

Лимерик как классический жанр поэзии абсурда имеет твердую форму, его содержание также формализовано. Как отмечают исследователи, каждая из строк несет определенную повествовательную функцию. Первая строка представляет героя (героиню), нередко заканчиваясь каким-либо географическим названием (топонимом) или именем героя, с которым рифмуются вторая и пятая строки. “*There once was a fellow named Clyde*”, “*There was an old man of Peru*”. Вторая строка характеризует героя, обычно через описание некой привычки, третья и четвертая чаще всего являются описательными, часто это реплика диалога, и, наконец, пятая – закрывает повествование или еще раз характеризует героя, согласно тому, что про него рассказано. [Пономарева 1996]

В содержательном плане, лимерик представляет собой короткий рассказ о человеке, который попадает в неординарную и зачастую нелепую ситуацию. Сюжетно лимерик выстроен следующим образом: в первой строке повествуется о том, кто главный герой и откуда он родом, вторая строка содержит описание его каких-то особенных качеств или поступков, затем идет речь о том, что он сделал или что с ним произошло, и далее – чем все закончилось.

В формальном плане лимерик состоит из пяти строк, в которой первая строка рифмуется со второй и пятой, а третья – с четвертой, общая схема рифмовки выглядит так: **aa bb a**. Первая, вторая и пятая строки трехстопные, третья и четвертая – усеченные, двустопные. Наглядно представить форму лимерика можно в следующем виде:

Форма лимерика ●-слабый слог □-сильный слог ab-рифма	Пример лимерика
●□●●□●●□ (a) ●□●●□●●□ (a) ●●□●●□ (b) ●●□●●□ (b) ●□●●□●●□ (a)	There was an Old Person of Basing Whose presence of mind was amazing; He purchased a seed. Which he rode at full speed, And escaped from the people of Basing.

Ритмический рисунок стиха имеет явный музыкальный характер, что неслучайно, так как первоначально подобные пятистишия сочинялись в виде застольных песен в Ирландии и были особенно популярны в городе Лимерик.

Канонический лимерик имеет циклическую форму, что выражается в почти дословном повторении первой и последней строк пятистишия. Так, нижеследующий пример может служить иллюстрацией лимерика традиционной формы:

*There was a Young Person of Crete,
 Whose toilette was far from complete;
 She dressed in a sack,
 Spickle-speckled with black,
 That ombliferous person of Crete.*

Это традиционная общепринятая структура текста лимерика, но в литературе также встречаются и другие формы. Так, существуют формы с отсутствием строк или с добавлением. В современном языке структура построения текста лимерика практически не соблюдается.

*A limerick fan from Australia
 Regarded his work as a failure:
 His verses were fine
 Until the fourth line.
 Jacobs 1999, p. 230
 There was a young man of Arnoux
 Whose limericks stopped at line two.
 Jacobs 1999, p. 245*

Иногда наличие пяти строк сохранено, но одна из строк деформирована.

*There was a young bard from Japan,
 Whose limericks never would scan.
 When asked why this was,
 He said 'It's because
 I always try to get as many words in the last line as I possibly can.'
 Cammaerts 1925, p. 73*

Материал исследования показал, что главной особенностью всех лимериков (какой бы формой они не обладали) является наличие абсурдного содержания. Следует также констатировать преобладание канонической формы лимериков в английской литературе.

Авторы, пишущие лимерики, как правило, придерживаются одного из двух направлений. С одной стороны, можно строго соблюдать все технические особенности формы при том, что описываемая ситуация должна быть достаточно гротескной; сторонники другого направления делают основную ставку на остроумную, необычную развязку, содержащуюся в последней строке, и придают большое значение оригинальности рифмы. Приведенные ниже примеры ярко демонстрируют различие двух подходов.

Лимерик Э. Лира

*There was a Young Lady of Wales
Who caught a large fish without scales.
When she lifted her hook
She exclaimed "Only look!"
That ecstatic young lady of Wales.
Book of nonsense 1987, p. 57*

Лимерик Л. Рида

*Said a foolish lady of Wales:
"A smell of escaped gas prevails".
Then she searched with a light
And later that night,
Was collected – in seventeen pails.
King 1997, p. 25*

Происхождение лимерика уходит глубокими корнями в фольклор. А область фольклора, по мнению Е.В. Ключева, есть *по преимуществу* область абсурда [Ключев 2000]. Принадлежность лимерика к народной культуре позволяет ему отражать и фиксировать в языке «карнавальное мироощущение» (термин М.М. Бахтина) действительности. Автор теории карнализации отмечает, что даже в эпоху современности, когда многие жанры имеют лишь отдаленную связь со средневековыми традициями, смеховые жанры «сохраняют в себе карнавальную закваску (бродило), резко выделяющую их из других жанров» [Бахтин 1963: 143]. Таким образом, карнавальное ощущение и гротескная образность продолжают жить как литературная традиция, воплощенная в произведениях смехового жанра. Для организованной на начале смеха карнавальной культуры, «продуктом» которой являются словесные смеховые произведения, свойственно создание своего рода «второго мира» и «второй жизни» [Бахтин 1990: 10]. В этом отраженном, карнавально интерпретированном мире все не похоже на реальную жизнь. То, что является важным и серьезным в действительности, в этом мире представляется смешным, воспринимается и постигается в смеховом аспекте. Так, мир лимерика полон забавных случаев, бессмыслиц. Его главные герои бросают вызов признанным в обществе законам здравого смысла [Демурова 1978]. Например:

*There was an old Man of Whitehaven,
Who danced a quadrille with a raven;
But they said, 'It's absurd
To encourage this bird!'
So they smashed that Old Man of Whitehaven.*

*There was an old man of Blackheath,
Whose head was adorned with a wreath,
Of lobsters and spice,
Pickled onions and mice,
That uncommon old man of Blackheath.*

Итак, формально лимерик ограничен своей структурой. Содержание же лимерика не ограничено, главное состоит в том, чтобы это содержание было основано на абсурде, бессмыс-

лице. Но хотя в основу лимерика положен абсурд, бессмыслица, эта бессмыслица, как отмечают исследователи, либо должна быть логически организована, либо, не имея очевидной логичности изложения, должна тем не менее содержать некий, пусть абсурдный, смысл (“sensible nonsense or nonsensical sense”) [Cammaerts 1925, Цит по: Ражева 2006: 329].

Именно благодаря лаконичности жанра и строгой жесткости формы лимерик способен описывать абсурдные ситуации, когда за якобы простой формой прячется скрытый смысл, имеющий далеко неоднозначное толкование.

-
1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. – М., 1963.
 2. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса – 2-е изд. – М.: Художественная литература, 1990.
 3. Демурова Н.М. Эдвард Лир и английская поэзия нонсенса. – В кн.: Topsy-Turvy World. English Humour in Verse.–М.: Прогресс, 1978.
 4. Клюев Е.В. Теория литературы абсурда – М.:УРАО, 2000.
 5. Ражева Е.И. Лимерик: непереводаемая игра слов или переводимая игра формы? // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры.–М.: Индрик, 2006.
 6. Советский энциклопедический словарь – 4-е изд. – М.: Советская Энциклопедия, 1988 – 1599с. [СЭС].
 7. Пономарева О.Б., Козлова И.Е. Юмор английского лимерика // Лингвистические и методологические аспекты коммуникации. – Тюмень: изд-во. Тюменск. госуд. ун-та, 1996.

ЭВОЛЮЦИЯ АМЕРИКАНСКИХ СМИ: ОТ «ЖЕЛТОЙ ПРЕССЫ» ДО «TWITTER»

Е.А. Волынчук, студент

Научный руководитель **Я.А. Фролова**, старший преподаватель
кафедры государственного и муниципального управления

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Основная функция средств массовой информации (СМИ) заключается в оперативном обеспечении общества информацией. Постепенно расширяясь, деятельность СМИ охватила все сферы жизнедеятельности общества (политическую, экономическую, социальную, духовную и т.д.). В результате, именно СМИ стали своеобразным индикатором общественного мнения о различных событиях и происшествиях.

Чаще всего под СМИ понимается средства донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) охватывающее большую аудиторию и действующее на постоянной основе. Приступить к изучению истории средств массовой информации, логичнее всего на примере развития американских СМИ. Этому есть две причины. Во-первых, именно они стали законодателем информационной моды, достижения которой, впоследствии, оказали мощное влияние на направленность развития СМИ во всем мире. Во-вторых, американская информационная система, на сегодняшний день, не имеет себе равных по мобильности, разнообразию и своим техническим возможностям.

С момента своего появления, американская журналистика стремительно развивалась. Вместе с ней менялись способы взаимодействия СМИ и общества. С каждым этапом, её значение в современном обществе всё более укреплялось.

Для дальнейшего анализа данной проблематики, представляется целесообразным разбить историю развития СМИ США на ряд основных этапов, в основу которых положены различные факторы такие как: социальные условия или особенности аудитории, качественные изменения функциональности СМИ.

- 1) Этап печатных СМИ (конец XVII – начало XVIII вв.);
- 2) Этап радио (конец XVIII – середина XX вв.);
- 3) Этап телевизионных технологий (середина XX – конец XX вв.);
- 4) Этап Интернет (конец XX – начало XXI вв.).

Сразу стоит оговориться, что логика перехода от одного этапа к другому вовсе не заключается в полном отрицании достижений и технических решений предыдущего этапа. Изменения происходят за счет доработки существующей уже системы новым технологическим «этажом», который открывает собой принципиально новые возможности представления информации.

I этап

Целесообразно начать рассмотрение заявленной тематики с этапа печатных СМИ. В сравнении с последующими этапами, он является наиболее длительным и противоречивым, поэтому его можно разбить на несколько частных временных отрезков – стадий:

- 1) появление первых, местных газет;
- 2) возникновение периодических изданий;
- 3) становление массовой журналистики;
- 4) появление журналов.

Начало первого этапа напрямую связано с появлением газеты как источника некоей информации, имеющей исключительно местное/локальное значение (1690 г.). Первоначально газеты были ориентированы, как правило, на зажиточную и образованную часть общества. Их главная функция заключалась в информировании населения о последних местных новостях, событиях. Процесс индустриализации США способствовал росту числа образовательных учреждений в стране, в результате чего, уровень образованности в стране значительно увеличился. Газеты перестали быть достоянием узкой элитарной аудитории и оказались доступными более широкой части населения. В результате, к середине XIX века в стране появляется так называемая «массовая журналистика». Этому способствовал тот факт, что стоимость одной газеты составляла всего лишь 1 пенни, что обеспечивало постоянный устойчивый спрос на печатную продукцию.

Рост популярности газет способствовал возникновению и бурному развитию большого числа газетных корпораций, которые оказались между собой в состоянии острой конкуренции. Борьба за читателя привела к появлению так называемой «желтой» («бульварной») прессы, главный принцип которой – это подача новостей с точки зрения их продаваемости, а не актуальности или важности события. До сих пор отношение к «желтой» прессе в обществе крайне неоднозначное. Очень часто это понятие смешивается с массовой журналистикой и является синонимом недостоверности информации.

На газетном рынке США действует 15 крупных корпораций, которые выпускают около 2000 ежедневных газетных (печатных) изданий. Особая черта американской журналистики, заключается в том, что в ней практически нет общенациональных изданий. Подавляющее большинство газет и журналов имеют четкую региональную привязку (Pennsylvania Evening, New York Sun, Boston Globe, Washington Post)

II этап

Конец XIX века обозначился открытием радио и бурным развитием радиотехнологий. Первоначально только американские военные высоко оценили достоинства радио. Толчком к внедрению радио в гражданский потребительский рынок стала катастрофа 1912 года – крушение у восточного побережья США крупнейшего (на тот момент) в мире британского пассажирского лайнера «Титаник». Через несколько лет, после оглушительного успеха публикации сообщений с потерпевшего крушения судна, было решено наладить выпуск простых радиоприемников. Бум массового радио начался в 1920-х гг. В доказательство сказанному приведем лишь некоторые цифры: если в 1921 году в стране было около 32 радиостанций, то

к 1924 г. их количество достигло – 274 (почти в 9 раз больше!), а еще через год в крупных городах страны вещало около 500 крупных радиостанций.

Свобода предпринимательской инициативы в США привела к периоду «радио хауса» – радио прочно вошло в дом каждого американца. Вследствие этого, к 1927 году правительство страны пересмотрело свое отношение к радио-эфир, поставив его под контроль со стороны Федеральной комиссии по коммуникациям. 1930-е годы стали «Золотой эрой радио». В это время, постоянно происходило увеличение числа радиоприемников. Так к 1940 году, на 1 американскую семью в среднем приходилось 1,5 радиоприемника. Радиовещание нанесло тяжелый удар по американской газетной индустрии. Тиражи и рекламные доходы корпораций резко сократились. Радио оказалось способным составить конкуренцию «желтой» прессе, заполнив эфир различными радиопостановками, спортивными репортажами, шоу и викторинами, выполнявшие в основном развлекательную функцию.

III этап

Очередной этап связан с появлением телевидения. Уже в начале 1930-х гг. состоялись первые пробные телепередачи. Однако регулярным телевидением стало только в 1939 году, что связано с массовым производством телеприемников. Телебум в США приходится на 50-е годы XX века. Уже в 1960-х гг. на одну американскую семью приходилось по одному телевизору, к концу века эта цифра удвоилась.

В отличие от прессы и радио, телевидение, является наиболее монополизированным и капиталоемким средством массовой информации. Именно по этой причине только такие радиокоммуникационные гиганты, как «RCA» или «Westinghouse Company» смогли позволить себе развивать этот вид СМИ, став при этом своеобразными родоначальниками активного внедрения в жизнь американцев телевидения. К концу 1980-х годов, внимание 92% зрительской аудитории принадлежало «трем китам» радиокоммуникационного бизнеса – «NBC», «ABC», «CBS».

По данным опросов общественного мнения 80% американцев называют телевизор основным источником новостей.

Особое место занимает кабельное телевидение. Оно появилось в 1949 году и тем самым составило конкуренцию общенациональным телесетям. Для кабельного телевидения характерна специализация вещания. Наиболее известная в США развлекательная телекомпания НВО, которая даже начала выпускать свои собственные фильмы и устраивать бои боксеров-профессионалов. Еще один всемирно известный американский кабельный канал, это круглосуточный канал новостей «CNN». В настоящее время аудитория телеканала составляет 400 млн. чел., которые проживают почти во всех странах мира.

Бесспорным остается тот факт, что самым массовым и влиятельным СМИ в США является, несомненно, телевидение, которое обладает своеобразной монополией воздействия на многомиллионную аудиторию американских зрителей, определяя их не только гастрономические, музыкальные, но и политические вкусы и предпочтения.

IV этап

История появления Интернета, началась еще в 1969 году, когда Министерство обороны США решило создать внутригосударственную компьютерную сеть для безопасного и быстрого обмена информацией. Первой такой сетью, объединившей штаты Калифорния и Юта, стала сеть ARPAnet. Уже в 1971 году была разработана программа для отправки электронной почты, тогда же программистом Реем Томлисоном впервые был предложен значок «@» (собака). С 1972 года сеть приобрела общенациональный размах, объединив в единую систему 50 университетов и научных организаций с Министерством обороны США. А уже через год, интернет приобрел статус международного проекта. В 1983 году интернет стал поддерживать не только локальные, но и глобальные сети, что позволило соединить пять крупнейших компьютерных центров того времени и заменить ARPAnet.

С середины 1990-х гг. стало возможным общение через интернет в режиме реального времени. Так же нельзя не упомянуть создание всемирной паутины известной сегодня, как www (World Wide Web – что в переводе означает Всемирная паутина). К 1997 году интернет объединял около 10 миллионов компьютеров, что стало основанием для использования его в качестве средства массовой информации.

Особенность Интернета как СМИ состоит в том, что он, сохраняя за пользователем компьютера свободу выбора, сочетает в себе характерные черты всех «старых» информационных источников: газет, радио, телевидения. Поэтому сегодня Интернет теснит привычные медиа: все меньше людей читают газеты или смотрят телевизионные выпуски новостей. По данным на 2009 год США занимает второе место в мире по количеству пользователей интернета (231 млн. чел.), не на много уступая Китаю (298 млн.).

Однако самым важным достижением Интернета стало разрушение монополии отдельных компаний на информацию. Современные интернет-технологии способны превратить обычного потребителя информации в ее поставщика. Сегодня каждый пользователь сети имеет реальные возможности формирования собственного информационного пространства и трансляции своих представлений во вне. Он способен оказывать мощное (или не очень) влияние на социальные, экономические и политические события не только в своей стране, но и в мире.

Хотя история Интернета насчитывает немного времени, но можно привести массу примеров, когда Интернет буквально «меняет мир». К наиболее «свежим» событиям такого рода относится информационная война сайта *WeekyLeaks* с правительствами стран (почти) всего мира. Или серия арабских революций в Северной Африке, которые стали возможны благодаря использованию митингующими «*Tweeter*» в качестве средства оперативной информации и связи. Эти, получившие название «твиттерских», революции уже привели к смене политических режимов ряда стран Магриба и Ближнего Востока.

СМИ как информационный институт общества находится в постоянном движении. Практически невозможно предугадать или спрогнозировать, когда сформируется и каким будет следующий этап их эволюции. Вероятно, это будет связано с очередным технологическим прорывом, который «взорвет» уже существующее информационное пространство. Продолжительность этапов имеет тенденцию к сокращению. Возможно, ждать осталось не долго.

EVOLUTION OF THE AMERICAN MASS MEDIA FROM “YELLOW PRESS” TO “TWITTER”

E.A. Volynchuk, student

Academic advisor **S.V. Myasnikova**, master teacher of Cross-cultural communication department

The institute of foreign languages of Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok

Since long time ago up today the mass media had been exerting the huge influence on society. At first, general function of the Mass media was the efficient providing the society with information about recent events and accidents. With the lapse of time mass media activity had broadened involving other areas of life. Today, Mass media became a special indicator of the public opinion about morality, ethics and ways of development. Besides, the mass media is actively used in the political struggle. The process of forming and development the mass media has a prolonged and interesting history. It is better to review the history of development of the mass media on the example of the American Mass media, because today just system of American Mass media is the most perfect and it is an example for the many other progressing countries. American journalism had been developing in leaps and bounds since its appearance. With the journalism had been changing the ways of communications of Mass media and society. With each stage of the envelopment the importance of the mass media became more consolidate. For further analysis of this problem it is necessary to divide the history of development into the line of main periods. In the foundation of these stages there are different factors such as social conditions, features of auditorium and technical facilities of the Mass media. 1) Print

media (end 17 century- beginning 18 century) 2) Radio (beginning of 18 century-middle of 20 century) 3) TV technologies (middle of 20 century) 4) Internet (middle of 20 century).

The first stage of the history of journalism of the USA is the most important. And this period is the longest of other stages. The first American gazette appeared in 1690. Since the moment of the first gazette appearance the gazette had been bearing a lot of changes. At first, gazettes used only for spreading local information. Later, in the revolution time, the mass media were the bearer of the political views and ideas of the different political groups. Then in 1833 the mass press appeared in USA. The style of giving the news was changing and the price of gazettes became cheaper. The gazette that time called "Penny press". Year by year gazettes became more and more popular. There were some huge corporations competing with each other. After their opposition new kind of the mass press appeared. It got the name of "Gutter press" or "Yellow press", and the gazettes just called "Tabloids". The general principle of the "Yellow press" is to give the news which are more saleable but important. Today there are about 2000 daily prints, and 15 huge corporations in USA. The feature of American journalism is the local character of the prints. There are almost no national publications. The middle American in the last place interesting in the world situation.

In the end of 19 century radio technologies were used widely in the military industry. Radio became the mass media only in peacetime. The boom of the Mass media was beginning in 1920-s. In 1921 there were 32 radio stations and in 1924 already 274. The year later there were 500 radio stations. "The gold era of radio" came in 1930-s, that time the number of radio receivers were increasing this way to 1940 there were 1.5 receivers for one family. As result, radio brought the rough blow to the print media and the numbers of printings and advertising incomes went down. That time the radio realized exceptionally the entertaining function. The airtime those time were full with radio shows, sporting broadcasts, shows and quizzes. Nowadays, the most content of the radio stations are the music and news.

The television of USA is the most monopolize mass media differ from radio. The television is requires huge investments and only very developed corporations could afford television to themselves, such as "RCA", "Westinghouse Company". The president of "RCA" entered into the agreement about making television. Testing broadcasts have started already in 1930-s. Regular production of the television sets began since 1939. The "boom" of American television began in 1950-s. For the end of 1980-s attention of 92% of the audience belonged to the "3 captains of the broadcast industry". These were companies: "NBC", "CBS", "ABC". According to the public opinion poll, about 80% of Americans think that television is the main source of news. The cable television appeared in 1949 it make a competition to the national television network. The most popular cable channel in USA today is HBO, it developed very much and now it is making its own art films and organizes fights of boxers. "CNN" is also one American cable channel is known all over the world. It is the channel which translating the news in 24 for hours every day. Today the channel has the auditorium about 400 000 000 people from 215 countries. Because of special monopolization of the Broadcasting mass media, we can tell that some group of the rich people who control the most popular mass media they can dictate to millions of people what must they think and talk about.

The history of appearing of the Internet have been beginning since 1969, when the Department of Defense of USA was going to make domestic network for safe and quick exchange of information. The first network which connected the states California and Utah became the "APRAnet". In 1971 the program for sending e-mails already had been developed and there the sign "@" was made by programmer Ray Tomlison. Since 1973 the internet became international project. In the middle of 1990s the communicating with the internet in the real time became possible. It's necessary to notice about creation of the World Wide Web is known as "www". For 1997 the internet had been connecting about 10 millions of computers that became the reason for internet to be the Mass media. The main feature of the internet as mass media is to combine the basic features of the all mass media: print mass media, radio and television, keeping the freedom of choice behind the user. That's why today the internet is supplanting usual mass media. On facts of 2009, the USA stands on

the 2nd position in number of users (231 millions). Now among different internet services the on-line shops is becoming popular. Today it's not necessary to leave home for buying food, clothes, household appliances or passing some courses. Also the internet is inexhaustible source of information from articles and books to news and these services have been accessible for 24 hours a day. The most important achieving of the internet, is the breaking the monopolies of independent campaigns on the information. Modern internet technologies can turn usual user of information into its provider. Nowadays every user of the network has the really chances for forming his own informational space and translation his own ideas. The internet is able to exert a huge influence on social, economical and political events not only in one country but in the whole world. Though the internet has a short history but we can make a lot of examples when the internet literally "change the world". To the most recent vents we can take the informational war of the site WeekyLeaks with the governments of the countries all over the world. And line of the Arabic revolutions in the North Africa. These revolutions happened thanks to "Twitter", because the members of these revolutions used this site for getting information and setting connections. These revolutions later were called "Twitter`s revolutions", they led to changing political systems of different countries.

The Mass Media as informational institute of society is in the constant progress. It`s impossible to predict what will the future stage be and when it will be formed. Probably it will be connected with new technological breakthrough which will blow up the informational space. Duration of the stages has the tendency to be shorten. Probably it`s left not so much time to wait.

INFLUENCE OF ADVERTISING: HOW IT FORMS PUBLIC OPINION

А.В. Выборнов, студент

Научный руководитель **Ю.В. Морозова**, старший преподаватель кафедры западноевропейских языков

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Media carries great possibilities for society, but they are not only the good ones.

Nobody should forget media is the fourth power after the judicial, legislative and executive powers, and the influence of advertising on young people is huge, so this industry can produce harmful information.

Things like TV, radio, newspapers, magazines, and the Internet are very popular now, but they are always overfilled with various advertising. How to understand that we can trust it and do not take false information? We must be cautious and wary dealing with advertising industry.

The task of advertising is to inform about the goods, properties and conditions of implementation of the companies producing these goods or offering certain services.

Advertising plays an increasingly prominent role in society. First and foremost you can allocate the economic aspect that affects the livelihoods and welfare. The second point concerns the social sphere: advertising generates ideas about the values, lifestyles. And finally, another component of the problem of "advertisement and society" includes ethical and regulatory issues of advertising.

Advertising actively shapes the axiological value of personality. For example, it may encourage materialism—unrestrained pursuit of material goods, clothes, symbols (a prestigious car, up-market clothing brand, etc.), the very possession of which is undeveloped for the individual meaning of life.

Advertising can help planting harmful behavioral patterns, especially for young people (the image of a courageous, tough smoker is attractive, and the young man might easily be deceived by the fact that, along with a cigarette he passed, and other attributes of masculinity of the hero). Advertising can also contribute to the promotion of harmful products—alcohol, tobacco, etc., showing their consumption in the appropriate setting and accompanying this process is distracting and stimulating effects (comfortable environment, relaxing music, etc.). Extremely important is the problem of adaptation of foreign advertising to the mentality of Russian consumers.

КОНЦЕПТ «СМЕРТЬ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВЫХ КАРТИНАХ МИРА

Го Сяосюй, студент

Научный руководитель **О.Д. Дербенёва**, ассистент кафедры русского языка

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Цель нашей работы: исследование концепта «Смерть» в русской и китайской языковых картинах мира.

Смерть – это одна из загадок человечества. На протяжении всей своей истории человек задумывался о том, что такое смерть и существует ли жизнь после смерти. С детства и до старости людей волнует вопрос: «Что значит умереть? Как это? Что будет потом?»

Носители разных культур имеют различные представления о смерти. Эти представления находят отражение в языке. Язык – это составная часть культуры и её орудие.

Главным при исследовании взаимодействия языка и культуры является понятие языковой картины мира, которая формируется как на основе уникальных концептов, так и на основе общих базовых концептов для любой этнической культуры.

В нашей работе мы исследовали структуру концепта «Смерть» на материалах китайских и русских пословиц и результаты ассоциативного эксперимента среди русских и китайских респондентов. Нами было построено два ассоциативно-семантических поля.

В результате исследования русских и китайских пословиц, мы заметили большое сходство в концептуальных полях в китайской и русской языковых картинах мира.

Одинаковые ассоциации включают составляющие:

1. Отношение к смерти (死亡的程度). Была выявлена лексико-семантическая группа глаголов, проявляющих значение действия – «Проявление чувства страха»: Бояться(2), не + искать(1), ляжет (в могилу)(1), не хочется(1), и лексико-грамматическая группа существительных с доминантой «恐惧» (страх): страх(2), трусость (2), боязнь(1).

2. Неизбежность смерти (死亡的不可避免性). В результате исследования встретилась лексико-семантическая группа существительных «死亡的立面» (Противопоставление смерти): жизнь (8), долголетие (1), воскресение (1), и лексико-семантическая группа глаголов со значением «Отсутствие действия»: Замолчать (2), не + слукавить(1), надышиться (1), посторониться(1), глядеть (2), отомолиться(1), откреститься (1).

3. Характеристика смерти с лучшей стороны (死亡好方面的理解). Представители этого значения–словосочетания со значением «Предпочтение смерти греху»: меньше согрешает (1), бойся грехов (3) и лексема «誉» (слава) (3), «明的» (умный) (1), «好的» (хороший) (5).

Кроме перечисленных составляющих мы обнаружили и другие сходства в структуре концептуальных полей.

Наиболее распространенными выявленными лексико-семантическими группами в структуре полей и русской, и китайской языковых картинах мира является лексико-семантическая группа существительных «Страх»: страх (10), слезы (5), ужас (2), кошмар (1) и «恐惧»: 眼泪 (10), 恐怖(9), 噩梦 (2), «Понимание конечности жизни» конец (7), начало (9), финал (3), судьба (13) и «生命有限性的理解»: 端(5), (5), 命运 (11).

Лексемы, представляющие атрибуты похоронного обряда и относящиеся к лексико-семантической группе «Похоронный обряд» («葬礼的式») идентичны: кладбище (墓地), похороны (葬礼), гроб (棺材).

В результате исследования были обнаружены и различия в структуре концептуальных полей.

Была выявлена единичная лексема 白 (белый) (12). Белый цвет в китайской культуре – это цвет смерти, старости, болезни, траура и похоронного обряда. В русской культуре таким значением обладает черный цвет.

Кроме того, проведя исследование, мы выяснили, что в ответах русских респондентов частотны лексемы, характеризующие психоэмоциональное состояние человека, переживающего гибель близких или предчувствующего свою смерть.

Была выявлена лексико-семантическая группа «Состояние души и проявление чувств»: одиночество (4), горе (5), несчастье (5), печаль(4), скорбь(8), боль(14), грусть (4).

В ответах китайских респондентов больше внимание уделялось физическим ощущениям и состоянию тела человека. Была выявлена лексико-семантическая группа «身体的状 ▪ 和感 ▪ » («Состояние и ощущения тела»): ▪ 白 (бледность) (4), 疾病 (болезнь) (16), ▪ 冷 (холод) (8).

В ходе анализа ответов китайских респондентов были обнаружены только 2 реакции «地 ▪ » (ад) и «天堂» (рай). В то время как при изучении русских реакций нами была выделена обширная тематическая группа «Религия»: бог (6), рай (5), ад (8), крест (2).

Уникальной для структуры концептуального поля, построенного на материалах китайской культуры, является лексико-семантическая группа существительных « ▪ 死亡好方面的理解» («Характеристика смерти с лучшей стороны»): 光 ▪ (слава) (3), 功 ▪ (подвиг) (4). Интересен и тот факт, что лексико-семантическая группа глаголов « ▪ 争 ▪ 刻的行 ▪ 活 ▪ » («Действия во время войны»): 交 ▪ (воевать) (4), 消 ▪ (истребить) (3), 叫喊 (кричать) (2), ▪ 牲生命 (жертвовать жизнью) (5) так же является уникальной для структуры концептуального поля китайской языковой картины мира.

Необходимо отметить, что структура концептуального поля подвижна. После чрезвычайных ситуаций, имевших место в мире, респондентам было предложено ответить на вопрос исследования повторно. Во всех анкетах появились новые реакции, позволившие сформировать новую лексико-семантическую группу «Бедствие» на материале русскоязычных реакций: бедствие (2), авария (10), землетрясение (12), взрыв (5), цунами (4), обвал (3), наводнение (3) и аналогичную группу « ▪ 白» («Бедствие») на материале китайского языка: 地震 (землетрясение) (12), 事故 (авария) (13), 海 ▪ (цунами) (6), ▪ 卷 ▪ (смерч) (1).

В результате мы выяснили, что представления русских и китайцев о смерти похожи, но есть и различия, которые объясняются культурной спецификой.

Таким образом, мы предприняли попытку обнаружить общие и уникальные лексико-семантические группы слов в структурах полей концепта «Смерть» в русской и китайской языковых картинах мира, что является отражением особенностей восприятия данного концепта носителями русской и китайской культуры, иллюстрирует особенности мировосприятия и вербализации его в языке.

1. Аскольдов С.А. Концепт и слово/Русская словесность. От теории к структуре текста. Антология. М., 1980.

2. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. М., 2001.

3. Маслова В.А Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 2-е изд., стереотип. – М.:Издательский центр «Академия», 2004. – 208 с.

ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ НА МАССОВУЮ КУЛЬТУРУ СОВРЕМЕННОГО КИТАЯ

А.А. Корниенко, студент

Научный руководитель Н.В. Петрова, канд. истор. наук,
доцент кафедры международных отношений и зарубежного регионоведения

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Целью работы является выяснение направлений и интенсивности влияния западной цивилизации на современную культуру Китая, а также характера ответной реакции китайского общества на это воздействие.

На данный момент Китай ощущает на себе сильное влияние западного мира во главе с США, посредством чего втягивается в общемировой процесс глобализации. Между тем известно, что в таком традиционном обществе, как китайское, вековой опыт предков ценится чрезвычайно высоко. Поэтому при выработке политики в отношении Китая любое государство должно учитывать историю развития отношений Поднебесной с внешним миром.

Актуальность темы состоит во все более увеличивающейся роли Китая в мировой экономике и политике. В этих условиях знание и понимание исторических предпосылок, лежащих в основе внешнеполитических концепций Поднебесной, приобретают чрезвычайную актуальность. Важно выяснить какой путь развития и какую стратегию внешней политики изберет Китай в ближайшем будущем.

Западная культура на современном этапе ее развития воздействует на весь остальной мир, навязывает свои ценности, что, по мнению многих ученых, может в скором времени привести к однородности всеобщей мировой культуры. Это явление они называют культурной глобализацией. Однако интенсивность и направления этого влияния в разных частях света проявляются по-разному, а взаимодействие с собственным колоритом конкретного региона приводит к разнообразным и порой причудливым комбинациям местной и заимствованной культур. Не является исключением в этом процессе и Китай.

Американский социолог Питер Бергер выделил четыре движущие силы культурной глобализации. Применительно к Китаю они выглядят так: деловая элита, куда входят высший руководящий состав и топ-менеджеры государственных компаний и совместных предприятий; «клуб интеллектуалов», состоящий из интеллигенции и научно-исследовательских центров; общественные движения и массовая культура. Влияние этих четырех движущих сил глобализации на социальную жизнь различается и по степени, и по характеру. Так, массовая культура, представляется самой мощной и оказывает непосредственное воздействие на повседневную жизнь простых людей. И именно ей я уделил самое пристальное внимание в данном исследовании. Оставшиеся три движущие силы глобализации я подробно рассмотрю при написании дипломной работы.

Массовая культура тесно связана с понятием «потребительства». Товарами культурного потребления в Китае являются комедийные телесериалы с Запада, голливудские блокбастеры, американская поп-музыка, финальные матчи Национальной баскетбольной ассоциации. Все это пользуется у большинства потребителей повышенным спросом.

Как яркий пример постоянного роста западного влияния возьмем распространение в Пекине ресторанов McDonald's, которые являются одним из основных символов американской культуры и королем индустрии быстрого питания. В апреле 1992 года McDonald's открыл в Пекине свой первый ресторан; к лету 1998 года функционировала сеть из 37 ресторанов, разбросанных по всему городу, сейчас их уже больше сотни. Клиентов привлекали не только гамбургеры, но и те культурные элементы, которые имеют отношение к Америке, и то осо-

бое социальное пространство, где потребители могут наслаждаться и обычной американской пищей, и китайской версией американской массовой культуры.

Для того чтобы выяснить действительно ли западное влияние на современную китайскую культуру является столь острой проблемой, в рамках моего исследования было проведено анкетирование граждан КНР. Опрос проводился на базе Университета города Линьи провинции Шаньдун, что на восточном побережье Китая. Выборка составила 80 человек, около 80% из них составляют студенты, которые являются наиболее подверженной влиянию извне и наиболее гибкой в вопросе принятия новых веяний частью общества. Среди опрошенных также были преподаватели и обслуживающий персонал университета.

Вопросы в анкете разбиты на четыре блока. В первом выясняется пол, возраст и сфера деятельности респондентов. Вопросы второго блока касаются отношения к Западу, третьего блока – отношения к западной культуре, в четвертом спрашивается об элементах западной культуры в повседневной жизни китайцев. По итогам тестирования был получен ряд интересных результатов.

Так, менее половины опрошенных (46%) признались в положительном отношении к Западу, 50% относятся к нему нейтрально, а оставшиеся 4% – отрицательно, но лишь к отдельным странам и, в частности, проводимой ими внешней политике. Причем лишь 5% респондентов когда-либо бывали за границей, а информацию о западном мире, судя по опросу, китайцы в основном черпают из интернета (86%) и телевидения (75%).

По-другому обстоит дело с западной культурой, лишь 9% относятся к ней нейтрально, остальные же – положительно. Большой популярностью пользуются в Китае американские приключенческие картины и фильмы, снятые в жанре экшн.

Справедливости ради необходимо отметить, что любой фильм, выходящий на широкие экраны Китая, должен соответствовать требованиям национального законодательства. Так, к прокату не допускаются ленты, содержащие откровенные сцены сексуального характера и жестокости. Поэтому около 50 ежегодно выходящих в китайский прокат западных фильмов в основном и относятся к этой тематике. То есть популярность этих картин объясняется скорее хорошим продвижением на рынок и рекламой, нежели действительной потребностью в них китайского общества. Ведь чтобы удовлетворить интерес в фильмах определенного жанра, не проходящего цензуру, приходится ехать в Гонконг или на Тайвань, где цензура не так сильна. А это весьма проблематично, поэтому большинство довольствуется тем, что есть.

Подобно обстоит дело и с западной музыкой. Исполнители поп-музыки наиболее раскручены, так как являются очень рентабельным продуктом массовой культуры, а значит, пользуются большим успехом. В данном случае предложение рождает спрос, а не наоборот. Можно сделать вывод, что популярность западных фильмов и музыки объясняется не искренней любовью к ней китайцев, а скорее признанием американской киноиндустрии и поп-музыки неотъемлемой частью современного искусства.

Что касается литературных произведений, то перечисленные опрошенными западные авторы входят в общепризнанную программу зарубежной литературы, преподаваемой в школах по всему миру. Чаще других назывались имена Марка Твена (18 раз, что составляет 24%), Уильяма Шекспира (15 раз, 20%) и Джека Лондона (12 раз, 16%). То есть, влияние западной литературы также не выходит за рамки общемировых тенденций.

Общую картину дополняет информация о западном образе жизни и его элементах в быту китайцев. Так, джинсы есть в гардеробе у 96% опрошенных. Причем оставшиеся 4% относятся к старшей возрастной группе (>50 лет), то есть наиболее консервативной и устойчивой к изменениям. 64% респондентов хоть раз посещали McDonald's. Однако ни один из опрошенных не делает этого часто, отдавая предпочтение местной кухне. Связано это как с относительно дорогой визной питания в McDonald's, так и с гастрономическими предпочтениями жителей Поднебесной.

Половина всех опрошенных обычно пользуется только средствами западной медицины, 25% доверяют лишь традиционной восточной медицине, еще 25% прибегают к использованию обеих в зависимости от болезни и формы ее протекания. И наконец, лишь 31% респондентов праздновал в этом году хотя бы один из западных праздников, например, Хэллоуин или День святого Валентина.

Подводя итог всему вышесказанному, отметим, что влияние Европы и США проявляется во всех слоях китайского общества. Но, не смотря на это, стереотипы поведения современных китайцев не меньше, если не больше прежнего, отличаются от образа жизни и психологии людей Запада. Связано это с тем, что в основе всех начинаний как и раньше лежит традиционная конфуцианская идеология, а западные нововведения приносят лишь практическую пользу и удобства. Ценности традиционной китайской цивилизации легко уживаются с современной техникой и самыми передовыми идеями, приходящими с Запада. Они полностью ассимилируются и становятся частью местного колорита.

Это позволяет сделать вывод о том, что западная культура не в состоянии искоренить традиционные устои китайского быта, а китайская культура способна сохранить свою самобытность в современном мире.

TIME ZONES IN RUSSIA: HISTORY, PROBLEMS AND POSSIBLE DECISIONS

В.А. Крамаревский, студент

Научный руководитель **Т.И. Боровик**, старший преподаватель кафедры западноевропейских языков

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Nowadays, time is becoming one of the most important and significant resources of the nation. People must develop new methods and technologies of its effective use and saving. Such a vast country like Russia especially needs its own way of the efficient time management. Following the program of modernization of the economy and infrastructure, President Medvedev supported the idea of reducing the number of time zones in Russia.

In the Russian Empire, most of the nation observed solar time. During the late 19th Century, Moscow Time was introduced, originally at UTC+02:30. However, when the Soviet Union was created, Moscow Time became UTC+02 and the various other time zones were introduced throughout Russia and the rest of the USSR. On June 21, 1930, the Soviet Union advanced all the clocks by one hour.

On the one hand having too many time zones causes significant difficulties for the businesses and slows economic processes, such as, for example, preparations for the APEC summit 2012. But on the other hand is not quite clear how the reduction of the number of time zones will affect the social sphere of life and health of citizens. That's why the decision to change time zones required the comprehensive approach. Experts in the sphere of economy, healthcare, business and logistics are engaged in discussions on this topic.

Speaking to the Federal Assembly last year, Medvedev said time zone differences across Russia have a negative impact on the country's efficiency and require the use of expensive technology. After reducing the number of time zones Vladivostok will be closer to western Russia, and also will be synchronized with China and Japan. This is not an issue that people will wake up several hours later and evenings will be darker than now. Many businesses simply can begin their work earlier. For example, in Europe the working day begins at 6 am.

A large number of time zones causes many problems in logistics. First of all, it complicates the communication between Moscow and other regions. A good example of the positive impact of reducing the number of time zones is Samara. Transportation and logistics have improved significantly after the disappearance of differences with Moscow time this March.

There are many complaints of ailments such as stress, disturbed sleep, decreased performance and irritability in the connection with the transition to Daylight saving time twice a year. Reduction in time zones will save the Far East from the transition from winter to summer time. Following Gennadiy Lazarev, the transition of time itself time should be smooth and gradual. He suggested to reduce the difference in time is simply not going to winter time. And the time difference with Moscow is no longer seven hours, but six. Two years of living on such a time, consider how this option is useful biologically and economically experient. "This must be approached gradually, step by step".

We used both economic and health statistics, as well as the opinions of citizens. Public opinion surveys showed: More than 53% of Primorye residents support the idea of transition to another time zone".

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR ECOTOURISM IN PRIMORYE

О.С. Куделинская, студент

Научный руководитель **Е.С. Потехина**, старший преподаватель
кафедры межкультурных коммуникаций и переводоведения

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Today the term «ecotourism» is often used by travel agencies and experts for defining activity connected with the use of natural landscapes and objects. The word combination «ecological tourism» began to apply widely in the world in the early eighties.

Ecotourism differs from traditional tourism in the following ways (by Petrasov I.N.):

- use of natural objects for tourism;
- smaller resource and power intensity;
- direct influence on social and economic development of territories;
- an essential role of ecological education and enlightenment of tourists;
- aiming at steady nature management.

In the conditions of development of the modern world ecotourism can and should become serious business. However in our country tourism development in Nature Reserves contravenes the legislation of the Russian Federation. Such tourism is possible only in natural and national parks. At the same time the quantity of reserves in Russia and their vast area make it quite possible to visit by curious tourists. Nature Reserves have great financial difficulties; so ecotourism development could solve a number of problems, providing the salaries of employees, the purchasing of materials and equipment, and finally, protection from poachers. For inhabitants of regions where reserves are located, ecotourism would create conditions for additional earnings, the selling of souvenirs, foodstuff etc. to tourists.

Demand for ecotourism is quickly growing. In the next years territories in which virgin nature remains where the quality of the environment is guaranteed by its "wildness", the primitiveness of the natural landscapes become the centers of development of ecotourism. Primorsky Kray has many such landscapes.

Developing the ecology economically depends on authorities at every level. Only this can stop the uncivilized plunder of natural resources in the region which we observe today. Developing ecotourism it is incorrect to focus on the foreign tourist first of all. For a sustainable development of this kind of activity it is necessary to work actively on the domestic market and the market of the Commonwealth of Independent States (CIS). Today ecotourism has fallen to 10 % of world GDP (Gross Domestic Product). Meanwhile Russia is on one of the last places for this kind of activity. The priority in programs of many regions of our country including Primorsky Kray should be ecotourism development. The main thing is to create a positive image of our region in the mass media, to publicize information about the sights of our region. All these will promote an increase of tourism.

Now progress in the field of ecological tourism in Primorsky Territory is taking place. However this progress is still too slow to begin to solve this problem. Ecotourism development can go in two ways:

- development of protected territories as objects of ecotourism;
- development of a network of ecological routes on the landscapes which have been not disturbed by economical activities.

Today travel agencies in Primorsky Kray offer more than 100 diverse routes using natural landscapes to some extent. However, it is possible to call such tourism “wild” for the following reasons:

- There is no established way to get tourists or scientists to the territory where the routes are.
- There is no accurate planning of tourism; formation of groups occurs casually; they aren't yet organized very well by anybody.
- There is no exact calculation the costs involved in ecotourism, or the planned profit expected. Hereupon tour tariffs are either too low. And therefore are unprofitable, or overpriced, and therefore aren't in demand.
- There are no capital investments in ecotourism development, financial recourses aren't remitted either for the restoration of ecosystems, nor for infrastructure development.

Thereon it is possible to assert that ecological tourism in Primorye isn't a technologically advanced business; there is no efficient organization or economical management. But today Primorsky Kray has a complex of natural conditions helping out the region as a potential leader of ecotourism activity. Tourism resources of Primorsky Kray are distinguished by the high variety and aesthetic attractiveness of natural landscapes; various recreation resources and unique ecosystems. The global value of ecotourism has in its favour the protection of rare and disappearing ecosystems. This makes it possible for local communities to define ways of development. Primorye is a region of prospective tourism whose ecological potential isn't used.

Thus, today it is extremely necessary to work out an effective regional policy to develop and publicize tourism individually in each region. It is necessary to create special state and regional programs for the development of ecotourism and to finance its development. For our region with its unique natural and cultural tourism resources it is necessary to implement special government and regional programs of ecotourism development and at the initial stage to finance its development from the government budget.

ДВУСТОРОННИЕ НОМИНАЦИИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Лю Юе, студент

Научный руководитель **М.Ю. Стрельцова**, старший преподаватель кафедры русского языка

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Наша статья посвящена функционированию двусторонних номинаций в русском и китайском языках.

Цель исследования – рассмотреть и сравнить употребление названий животных и неодушевлённых предметов как вида двусторонних номинаций в русском и китайском языках в устной речи.

Материалом для исследования послужили результаты анкетирования, проведённого среди носителей русского и китайского языков.

Среди имён выделяется группа таких, которые называются двусторонними именами – по Д.Б. Гудкову [1]. Это имена, способные в одних ситуациях выступать как общие, а в других – как индивидуальные. Сюда можно отнести *зооморфизмы*, то есть названия животных, которые характеризуют человека. В.В. Виноградов называет подобного рода слова ещё «предикативно-характеризующими», так как их реализация возможна лишь в особых синтаксических

условиях: предикативном или полупредикативном употреблении (в функции сказуемого, обращения, приложения, обособленного определения) [2].

Например, различие в употреблении зооморфизмов наблюдается в следующих словах:

– словом «корова» русские именуют большого человека, а китайцы (牛, niú) называют так трудолюбивого и безропотного человека;

– словом «свинья» русские именуют грязного неаккуратного человека, а китайцы (猪, zhū) называют так ленивого тупого толстого человека.

Частичное совпадение наблюдается в таких зооморфизмах:

– словом «пчела» (蜜蜂, mìfēng) носители русского и китайского языков называют трудолюбивого человека, а также в русском языке отмечается дополнительное значение – «опасный человек».

Иногда значения некоторых слов полностью совпадают в русском и китайском языках:

– к примеру, словом «лиса» (狐狸, húli) в русском и китайском языке называют хитрого и коварного человека;

– «голубем» (鸽子, gēzi) носители русского и китайского языков называют мирного человека.

Данные эксперимента показали, что двусторонних имён, которые можно рассмотреть в рамках последней группы, не так уж и много. Первое место занимают двусторонние имена, в семантике которых наблюдается различие.

Нужно отметить, что в предикативно-характеризующем значении употребляются и названия *неодушевленных предметов*.

К примеру, полное совпадение наблюдается в использовании слова «бревно» (木, mù); так в русском и китайском языке называют глупого, тупого и негибкого человека.

Частичное совпадение замечено в употреблении слова «лотос» (荷花, héhuā), так носители русского и китайского языков называют красивого человека, а также в китайском языке отмечается значение – «чистый человек». А словом «лампочка» (灯泡, diàndēngpào) носители русского и китайского языков называют лысого человека. В китайском языке ещё называют лишнего человека.

Несовпадение в употреблении слов нами выявлены в следующих лексемах: «пузырём» русские именуют толстого и полного человека, а китайцы (气泡, qìpào) называют так мечтательного человека. «Мешок» – результаты анкет показали, что русские так говорят о толстом человеке, а китайцы (口袋, kǒudài) – о богатом.

Таким образом, названия неодушевлённых предметов как двусторонние имена в китайском и русском языках распределяются неодинаково.

Таким образом, сопоставление с животными и неодушевлёнными предметами даёт большой ряд изобразительных эффектов, которые характеризуются общеупотребительностью, определённой частотностью использования, воспроизводимостью, а также чётко и выразительно отображают внешние и внутренние качества людей. Характеристики человека посредством зооморфизмов и названий неодушевлённых предметов закрепляются и хранятся в народной памяти, обладают большим объёмом национально-культурной информации, так как в различных языках окружающий мир может члениться по-разному по причине различия окружающих условий. При этом чаще всего подобные двусторонние номинации отражают отрицательные (реже положительные) качества человека.

1. Гудков, Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности / Д.Б. Гудков. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 152 с.

2. Виноградов, В.В. Основные типы лексических значений слова / В.В. Виноградов // Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология. Лексикография. – М.: Наука, 1977. – С. 162 – 189.

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Се Вэнькай, студент

Научный руководитель Ю.О. Коновалова, канд. филол. наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка

*Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

Способность различать цвета составляет существенную часть возможностей зрительного восприятия человека, цвет связан с восприятием окружающего мира. Естественен и лингвистический интерес к проблеме цветообозначений: во-первых, экстралингвистические позиции цвета, существующие в природе, отражаются и в языковой системе; во-вторых, цветообозначения представляют собой сравнительно компактную и легко выделяемую лексическую группу, в которой отражается объективное разнообразие цветовой гаммы. Однако цвет в разных языках отражается по-разному.

В 2010 г было проведено анкетирование и этнопсихолингвистический эксперимент с целью выявить, каковы значения цветов в сознании носителей китайского языка и русского языка. Всего было опрошено 100 человек, среди них 50 китайских студентов и 50 русских студентов. Всем респондентам было задано несколько вопросов анкеты. В анкетах респонденты должны назвать по одной ассоциации к каждому слову: чёрный, красный, фиолетовый, жёлтый, серый, синий, зелёный, розовый и оранжевый.

Из результатов эксперимента следует, что существуют многочисленные различия и сходства в восприятии цветообозначений носителями русского и китайского языков.

Цвет – явление сложное, имеет свои национальные особенности в зависимости от истории, культуры, традиций, природы и т.д. По нашему мнению, имеется 4 фактора, объясняющих существование различий и сходств в восприятии цветообозначений носителями русского и китайского языков. Мы ввели термины: индивидуальный фактор, естественный фактор, общественный фактор и национально-культурный фактор.

Индивидуальный фактор проявляется в личных ассоциациях, которые люди придумывают сами, например, красный – телефон, оранжевый – мороженое. По индивидуальному фактору ассоциации к цветам обычно зависят от хобби и характера носителей, характеризуются особенностями личности, могут объяснить некоторые странные восприятия, например, синий – человек, розовый – тапочка.

Совокупность особенностей общего восприятия в зависимости от явлений общественной жизни называется общественным фактором, например, жёлтый – Билайн, розовый – Hello Kitty. К общественному фактору можно отнести также воздействие на восприятие цвета некоторых политических событий, например, оранжевый – оранжевая революция. Общественный фактор не обязательно проявляется в ассоциациях большинства носителей языка, главное, что ассоциации могут объясняться общественными причинами, не связанными с национальной культурой.

Естественный фактор, иным языком, природный фактор, проявляется в том, что ассоциации связаны с естественными свойствами, предметами, явлениями. Например, синий – небо, море; зелёный – лес, трава.

Цвет, культура, язык всегда тесно взаимосвязаны друг с другом. Национально-культурный фактор является самым главным, интересным и сложным фактором в нашем анализе. Национально-культурный фактор имеет самое важное значение в обосновании различий восприятия, поскольку каждая нация имеет свою собственную культуру, и между культурами Китая и России существуют большие различия. Национально-культурный фактор всегда связан с традиционной культурой, например, жёлтый – порно (ассоциации китай-

ские); серый – волк (ассоциации русские), но объяснить их можно только исходя из особенностей двух стран.

По данным факторам и теории этнопсихолингвистики мы проанализировали 10 цветов и пришли к следующим выводам:

1. Белый, чёрный, и красный представляют собой специфические цвета и в китайском языке, и в русском языке, у данных цветов существуют большие различия в ассоциациях русских и китайцев.

2. Жёлтый и зелёный только в китайском языке имеют национально-культурные значения, например, зелёная шапка – у человека неверная жена, жёлтый дракон – знак китайского императора.

3. Серый цвет только в русском языке имеет национально-культурное значение: серый волк – устойчивое выражение из русских народных сказок.

4. Синий цвет является природным цветом и в китайском языке, и в русском языке (цвет неба и моря).

5. Розовый и фиолетовый не представляют собой специфические цвета в русском языке, но имеют специфику в китайском языке: их ассоциации связаны с образом девушки.

Оранжевый цвет является специфическим цветом в китайском языке: оранжевый мандарин в китайском языке имеет и другое значение – чиновник. В русском языке заимствованное из французского языка слово «оранжевый» теперь активно используется и постепенно становится специфическим цветом (например, оранжевая революция).

НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ ТОПОНИМЫ В АСПЕКТЕ СООТНОШЕНИЯ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ

Сюй Банчжэнь, студент

Научный руководитель **М.Ю. Стрельцова**, старший преподаватель кафедры русского языка

Институт иностранных языков Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Тема данной работы «Неофициальные топонимы в аспекте соотношения языка и культуры. *Топонимы* – это разряд онимов; собственное имя природного объекта на Земле, а также объекта, созданного человеком на Земле, который чётко зафиксирован в данном регионе [1].

Цель работы: рассмотреть функционирование неофициальных топонимов в разговорной речи.

Топонимию любого города можно разделить на официальную и неофициальную. Официальные названия фиксируются в документах городского масштаба, а также в почтовых отправлениях. Неофициальная топонимия существует в основном в устной речи жителей и представлена либо «прозвищными» названиями разных объектов, которые так или иначе этими названиями характеризуются, либо словообразовательными параллелями к официальным названиям.

Материалом для исследования послужили данные анкетирования, проведённого среди носителей русского языка (г. Владивосток). В результате исследования можно сделать следующие выводы.

1. Неофициальные топонимы в разговорной речи используют в основном люди в возрасте двадцати шести – тридцати пяти лет (57 %), меньше всего – люди в возрасте пятнадцати – двадцати лет и тридцати шести – сорока пяти лет (по 13 %).

2. Неофициальные топонимы могут быть рассмотрены с точки зрения структуры слова. Данные слова могут состоять как из одного слова (существительные – 94 % и прилагательные – 6 %), так из сочетания слов (18 %).

3. Неофициальные топонимы могут быть рассмотрены с точки зрения производящей основы, то есть они могут образовываться от имени собственного или от имени нарицательного.

4. Неофициальные топонимы образуются от официальных названий, которые принадлежат географическому объекту с помощью различных суффиксов. Например: суффикс -к-: Баляйка – площадь Баляева; Железка – р-н Дома культуры железнодорожников; Военка – р-н ул. Военное шоссе; суффикс -ак-: Первак – р-н Первой речки. Также неофициальные топонимы могут создаваться с помощью усечения слова: Влад – г. Владивосток; Новосибирск – г. Новосибирск; Питер – г. Санкт-Петербург и т.д.

Нередко неофициальное именование может просто сближаться по звучанию с каким-либо именем нарицательным, зачастую не мотивирующим официальное название. Человек, создавая таким способом неофициальный топоним, намеренно берёт вместо чистой основы топонима или мотивирующего слова близкое по звучанию слово – пароним. Это производное слово уже существует в системе языка, оно зачастую весьма образно, экспрессивно, оценочно. Таким образом, неофициальные топонимы образуются путём своеобразной словообразовательной метафоризации, хотя на самом деле в основе своей здесь наблюдается явление народной этимологии: Морда – ул. Мордовцева, Стекляшка – бухта Стеклянная, Башка – ул. Башидзе, Чесотка – ул. Часовитина, Змейка – р-н Змеинка и др. Подобные неофициальные топонимы оказываются настолько выразительными, что определённо носят характер языковой игры.

В собранном материале встретились неофициальные топонимы, образованные путём перевода официальных именовании или имён нарицательных на английский язык: Бигстон (от англ. big stone) – г. Большой Камень, Уссурайскити (от англ. city – город) – г. Уссурийск.

5. Неофициальные топонимы образуются от официальных названий, которые не принадлежат географическому объекту. Например: от названия художественного произведения: Три поросёнка – название бухты в г. Владивостоке.

Неофициальные топонимы этого типа создаются на базе топонимов, то есть хорошо известных географических названий, которые употребляются в переносном смысле как неофициальные топонимы: Вегас – р-н остановки транспорта Тихая. Данное именование образовано от названия города в США Лас-Вегас, который является одним из крупнейших мировых центров развлечений и игорного бизнеса. Именно в этом районе впервые во Владивостоке появились различные развлекательные центры.

Неофициальные топонимы могут восходить к фамилиям лиц. Они могут образовываться с помощью суффикса -ск-: Толстошеинский (Толстошеин (бывший вице-губернатор Приморского края) + -ск-) – продуктовый магазин во Владивостоке.

6. Неофициальные топонимы образуются от имён нарицательных. Здесь выделяются следующие семантические группы:

а. части тела человека и животного: Пятачок – перекрёсток на ул. Магнитогорская; Машкин пуп – сопка Бурачека; Дунькин пуп – сопка на мысе Чуркина;

б. место, пространство: Стройка – р-н Красной речки (г. Хабаровск); Центр – Площадь борцов за власть советов на Дальнем Востоке; Шамора – р-н бухты Лазурная (г. Владивосток);

в. предметы материальной культуры: Лодка – Корабельная набережная.

Также стоит сказать, что неофициальные топонимы обуславливаются не только лингвистически, но и социально: при номинации учитывается положение человека в социальном поле, поэтому неофициальные топонимы отражают интеллектуальный уровень той группы, где они существуют, характеризуют не только географический объект, но и человека, который так его называет.

Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – 2-е изд., пераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 192 с.

РОССИЯ И АТР: ИСТОРИЯ ОТНОШЕНИЙ И СОВРЕМЕННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

А.А. Боков, 9 класс

Научный руководитель Т.Н. Беспалова, учитель истории и обществознания старших классов

*Частное общеобразовательное учреждение средняя общеобразовательная школа
«Комашинского», п. Славянка*

Целью работы является раскрытие значимости развития отношений России со странами АТР.

Общая характеристика Азиатско-тихоокеанского региона

АТР – экономическо-политический регион. Назван так потому, что расположен в Азии и все страны имеют выход в Тихий океан. Возможности этого региона впечатляют: это две трети населения планеты, наиболее крупные государства мира, богатейшие запасы природных ископаемых, один из крупнейших мировых центров международной торговли и финансовых ресурсов, 60 % промышленного производства от всей мировой индустрии, более 60% морских и почти 25 % воздушных перевозок, наиболее передовые технологии.

Отношение России с развитыми странами АТР

В целом в регионе достаточно четко обозначены несколько ключевых стран, на которые нацелено внимание России. Это в первую очередь США, Китай, Япония, оба корейских государства.

Взаимоотношение с США

Начало российско-американских отношений было положено в 1780г. Король Великобритании Георг III обратился к императрице Екатерине II с просьбой прислать несколько отрядов, для подавления восстания в тринадцати английских колониях, которые объявили о независимости и решили отделиться от Великобритании (откуда и родились нынешние США).

Екатерина ответила отказом. Американцы восприняли отказ Екатерины II как их прямую поддержку. Так зарождались российско-американские отношения. Россия и США были союзниками в годы I и II Мировых войн. 1946-1991г.- время «холодной войны», которое сопровождалось гонкой вооружений. В начале 1960х годов США и Советский Союз оказались на грани ядерной войны, и только благодаря политической воли Джона Кеннеди и Никиты Хрущёва военного конфликта удалось избежать.

Совместное сотрудничество между США и Россией: космические исследования, борьба с терроризмом, сфера высоких технологий и инновационной деятельности, торговое партнерство, область культуры.

Взаимоотношение с Японией

В истории отношений Японии и России территориальная проблема постоянно служила фактом недоверия и конфронтации. Когда в 1855 году установились дипломатические отношения и проводилась линия границы, то обе стороны признали 18 Курильских островов за Россией, а острова Кунашир, Хабомаи, Итуруп, Шикотан за Японией. Остров Сахалин некоторое время был совместной территорией. Позже из-за стычек между японским и русским населением по трактату 1875года весь Сахалин отошел России, а 18 Курильских островов – Японии. В результате российско-японской войны(1904-1905г.), по Портсмутскому договору, Японии отошел Южный Сахалин. По итогам II Мировой войны (1945г.)–возврат Ю.Сахалина и передача Курильских островов СССР (ныне России). До сих пор территориальный вопрос стоит очень остро. Японцы считают некоторые острова своими территориями. Эти вопросы активно решают руководители наших стран на дипломатических переговорах.

Япония является одним из важнейших торговых партнеров России в Азиатско-Тихоокеанском регионе, занимая второе место по объему товарооборота после КНР. Пока экономические связи носят неравномерный характер развития–российский экспорт несколько превышает импорт из Японии.

Взаимоотношение с Китаем

Почти четырехсотлетняя история российско-китайских отношений уникальна. Она не знает ни одной войны, хотя трудные периоды и небольшие столкновения, конечно, случались. Вряд ли в мире можно найти двух других таких соседей. Сегодня Китайская и Российская экономики во многом дополняют друг друга. Китай способен предоставить России потребительские товары, сельскохозяйственную продукцию и инвестиции в экономику в обмен на сырьё и военную технику.

Сотрудничество в гуманитарно-социальной сфере между Россией и Китаем : ежегодное проведение фестивалей культуры, создание совместных ВУЗов, взаимодействие санитарно-эпидемиологических служб, развитие туризма и спортивных мероприятий, популяризация в России методов традиционной китайской медицины.

Взаимоотношение с Кореей

Японская оккупация Кореи в 1910-1945 годах и холодная война между Советским Союзом и Соединенными Штатами привели к разделению Кореи на Северную и Южную. Долгие годы отношения между нашими странами находились практически в замороженном состоянии. Советский Союз признавал только одну Корею – Северную.

Дипломатические отношения между Россией и Ю. Кореей установились в 1990г.

Приоритетными сферами экономического сотрудничества между нашими странами являются: машиностроение, энергетика, рыболовство и судостроение.

История образования АТЭС

В 1989г премьер-министрами Австралии и Новой Зеландии, при поддержке ведущих экономических держав, была создана международная организация на базе стран бассейна Тихого океана. Цель ее создания: содействие экономическому росту стран АТР, создание свободной и открытой торговли, повышение жизненного уровня в азиатско-тихоокеанском регионе. С 1993г. главной формой организационной деятельности АТЭС являются ежегодные саммиты (неформальные встречи) лидеров стран АТЭС, в ходе которых обсуждаются актуальные проблемы мировой экономики.

Россия в АТЭС

В 1998г. Россия была принята в состав участников АТЭС. Страны Азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества изменили свое восприятие России. Если раньше Россия рассматривалась как часть азиатско-тихоокеанского региона с точки зрения географии и ее стабилизирующей роли в обеспечении безопасности, то сейчас Россия воспринимается здесь, как равноправный экономический партнер. России есть что предложить азиатско-тихоокеанским партнёрам: это богатейшие запасы нефти, газа и других полезных ископаемых, конкурентоспособным активом является научно-технологический и интеллектуальный потенциал нашей страны, сферы продовольствия – Россия становится одним из ведущих экспортеров зерна, так же разворачивается целый ряд проектов экономического сотрудничества с «азиатскими соседями».

АТЭС Владивосток -2012

Саммит АТЭС, двадцать четвертая ежегодная встреча лидеров государств АТЭС состоится во Владивостоке в 2012г. Что положительного может дать саммит АТЭС для жителей Владивостока и Приморья? Саммит АТЭС во Владивостоке – это возможность продемонстрировать потенциал районов Сибири и Дальнего Востока, подключить партнеров к работе по их развитию. Важно кардинально изменить имидж Владивостока и восточной части России в целом, открыть перед нашим регионом новые широкие перспективы. Кроме того это новые рабочие места для жителей нашего Приморского края. Все дороги, новые объекты, очистные сооружения будут построены в крае и во Владивостоке и останутся служить приморцам на долгие годы.

Выводы

Будущее за азиатско-тихоокеанским регионом, частью которого является и российский Дальний Восток. Учитывая тот факт, что Дальний Восток граничит с такой высокоразвитой страной, как Китай, желательнее, чтобы вторым иностранным языком, изучаемым школьниками, был один из восточных, и лучше всего – китайский.

Достойное образование можно получить и в нашем азиатско-тихоокеанском регионе, тем более, что сейчас открываются большие перспективы для учебы в Китае, в Корее, в Японии и других странах АТР, что бы вернуться в Россию дипломированным специалистом и работать, имея знание языка. И главное, нужно обязательно внести свой вклад в развитие нашего региона.

«ОНИ СРАЖАЛИСЬ ЗА РОДИНУ»

Н. Медведева, учащаяся 9 класса

Научный руководитель **О.Д. Ковалёва**, учитель истории и обществознания

МОУ «СОШ № 33 г. Владивостока»

На мой взгляд, такая тема как война очень актуальна в наши годы, ведь нам остается только оценивать все происходящее во время Великой Отечественной войны. Название «Они сражались за Родину» имеет очень широкий смысл, и в связи с этим я бы хотела исследовать такую тему, какую роль играли женщины во время второй мировой войны. Я считаю, что изучение темы «Женщин-героев», которые отдали свою жизнь за свободу, продолжения рода, и наконец, за нас, стоит рассмотреть, так как им выпал нелёгкий путь!

Цель моей работы заключается в рассмотрении роли женщин во время Великой Отечественной войны, какую помощь они оказали мужчинам на фронтах войны и работая в тылу. Перед собой я поставила следующие задачи:

1. Рассмотреть подвиги советских женщин.
2. Проанализировать роль, положение и настроение женщин на войне, их моральные и физические качества.
3. В чем заключалась помощь женщины в годы войны.
4. Развивать свои навыки и умения исследовательской деятельности.

Работая над данной темой, я использовала различные источники информации: познавательные книги, газету «Правда» № 1945 г., ресурсы Интернет, что позволило мне расширить свои знания, сделать объективные выводы, задуматься над нелёгкой судьбой советских женщин в годы войны.

Участие женщин в войне за последнее столетие, причём, не только в качестве медицинского персонала, но и с оружием в руках, стало реальностью. Особенно массовым это явление имело место в период Великой Отечественной войны. Они были готовы к подвигу, но не были готовы к армии, и то, с чем им пришлось столкнуться на войне, оказалось для них неожиданностью. Гражданскому человеку всегда трудно перестроиться «на военный лад», женщине – особенно. Армейская дисциплина, солдатская форма на много размеров больше, мужское окружение, тяжёлые физические нагрузки – всё это явилось нелёгким испытанием. Но это была именно та «будничная вещественность войны, о которой они, когда просились на фронт, не подозревали». Потом был и сам фронт – со смертью и кровью, с ежеминутной опасностью и «вечно преследующим, но скрываемым страхом».

После, спустя годы, те, кто выжил, признаются: «Когда посмотришь на войну нашими, бабьими глазами, так она страшнее страшного». Потом они сами будут удивляться тому, что смогли всё это выдержать. «В Восточной Пруссии за день приходилось отбивать по 6-8 немецких атак. В окопы пришли абсолютно все – и врачи, и медсёстры, и раненые и контуженые. Питаться было нечем, ночью под обстрелом на поле удавалось собрать ведро мороженой кар-

тошки. Не хватало боеприпасов. Советские войска прорвали оцепление, когда у нас осталось по 2 патрона – один для фрицев, другой для себя», – вспоминала снайпер Ю. Жукова.

Известно, что война началась при крайне неблагоприятных для СССР соотношениях сил с Германией. Особенно тяжело отразилась на развитии военной экономики потеря важных экономических районов страны в начале войны. В результате оккупации противником значительной части советской территории страна лишилась территории, на которой до войны производилось 68% стали, 60% алюминия, 62% добываемого угля и т.д. Не однократно во время войны у советских воинов была одна винтовка на двоих. Путем огромных усилий к 1942 году СССР стала производить больше оружия, чем Германия. Сталин, поднимая народ на священную войну с фашизмом, предостерегал советский народ от недооценки врага, вооруженного мощной боевой техникой и имевшего опыт ведения современной войны. Сталин призывал народ к тому, чтобы «в беспощадной борьбе с врагом отстаивать каждую пядь советской земли, драться до последней капли крови за наши города и села, проявлять смелость, инициативу и сметку, свойственную нашему народу». По всей стране звучали лозунги: «Все для фронта! Все для победы!»

Советская власть, социалистический способ производства обеспечили женщинам нашей страны возможности активной трудовой деятельности. Активное участие женщин в созидательном труде резко изменило их положение в народном хозяйстве, намного возросла их доля участия в производстве страны. Благодаря заботам и большой организаторской работе партии уже в годы первых пятилеток советские женщины стали активными строителями социализма в СССР. Женщины овладели и такими профессиями, которые прежде были под силу лишь мужчинам: в 1939 году только в металлообрабатывающей промышленности около 50 тыс. Женщин работали токарями, 40 тыс. – слесарями, 24 тыс. – фрезеровщицами, 14 тыс. – инструментальщицами и т.д. Советские женщины заняли место и в рядах интеллигенции. Если до победы Октября, женщина-инженер была редким исключением в России, то в 1934 году женщины составляли 10% инженерно-технического персонала промышленности СССР, а в химической промышленности они составляли 22,5%.

Впервые с трудовыми и военными подвигами женщин во время войны я познакомилась на уроках истории России при изучении темы «Вторая Мировая война». Так же я сделала собственные выводы, что среди добровольцев, подавших заявление об отправке в действующую армию, до 50% ходатайств было от женщин. Только по Барнаулу Алтайского края было подано свыше 800 заявлений добровольцев, в их числе 474 – от женщин. Уже в августе 1941 г. женщины и девушки края проходили обучение на курсах медсестер и санитарок. Ведь сколько женщин стремились защищать Родину, детей. Можно только представить какой должен был быть патриотизм, чтобы добровольно проситься на фронт, а ведь им даже 18 лет не было, но они были готовы отдать свою жизнь. Советские патриотки шли на фронт, мужественно сражались с фашистскими захватчиками, проливая свою кровь и расставаясь с жизнью для того, чтобы сохранить жизнь и защитить безоружных женщин, детей и стариков, для того, чтобы родная земля вновь была свободной, чтобы счастье и мир опять стали обычной жизнью трудового человека.

Прошло 66 лет с той весны, когда советский народ, все прогрессивное человечество отпраздновало победу над фашизмом. Вдохновителем и организатором этой победы является Коммунистическая партия Советского Союза. Это она – партия Ленина подняла советских людей на справедливую, освободительную войну, превратила СССР в единый боевой лагерь, мобилизовала все материальные и духовные силы страны и народа на разгром фашистской Германии. Создавая Вооруженные Силы страны, Коммунистическая партия обеспечивала их первоклассной техникой, руководила их боевыми действиями. Своей повседневной и неусталой работой она воспитала высокие морально-политические и боевые качества у бойцов и офицеров, сражавшихся на фронтах Отечественной войны, у партизан, ведущих войну про-

тив оккупантов на захваченной советской территории, у рабочих и крестьян, ковавших победу над врагом в тылу страны.

Великая Отечественная война, в которой Советский Союз одержал Победу, не только историческое событие, определившее судьбу человечества. В эти трудные годы получили свое максимальное выражение идейные, моральные и нравственные черты присущи человеку – патриоту, гражданину своей страны. Большим испытанием явилась война для женщин нашего государства, которые не только перенесли горечь утраты родных и близких, перетерпели не только величайшие лишения и трудности военного времени, но и прошли все тяготы и невзгоды фронтовой жизни. А женщины, работавшие в тылу страны, вынесли на своих плечах основную тяжесть труда на производстве и в сельском хозяйстве.

Советский народ с благодарностью вспоминает воинов Вооруженных сил страны, отважных партизан, тружеников тыла, чьи героические руки обеспечили мир во всем мире. Эта Победа избавила многие народы Европы и Азии от ига фашистских захватчиков. Свой вклад в победу над фашизмом внесли и женщины Страны Советов.

Изучая и анализируя подвиги советских женщин, можно только догадываться, как им было страшно идти на войну, но им также страшно было и за Родину, не зная, что будет дальше, они двигались вперед, и до последнего дыхания, за родных и близких они сражались!

Никто не забыт, ничто не забыто!

Научное издание

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

15-28 апреля 2011 года

КНИГА 2: СТУДЕНТЫ И ШКОЛЬНИКИ

Печатается в авторской редакции
Компьютерная верстка Дарина Замошина, Арсений Крепский
Лицензия ВГУЭС на издательскую деятельность № 164982 от 16.04.2005 г.

Подписано в печать _____ г. Формат 600 x 84/16.
Бумага типографская. Печать офсетная. Усл. печ. л. _____ Уч-изд л. _____
Тираж _____ экз. Заказ № _____

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
690600, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано: множительный участок издательства ВГУЭС,
690600, Владивосток, ул. Гоголя, 41