

Основу классификации всегда составляет операция деления, но не всегда классификация и деление тождественны. Классификация преступлений представляет собой упорядоченную последовательность деления, образующего определенную иерархию выделяемых отношений субординации между видами, подвидами и элементами делимого понятия. В этой операции большое значение придается выбору основания деления - главного критерия классификации. В уголовном праве классификация экологических преступлений необходима для их кодификации и правильной квалификации, поскольку способствует пониманию социальной сущности и совокупной общественной опасности данных преступлений. Она дает наглядное представление о видах экологических преступлений⁴. Однако на практике классификация преступлений часто является лишь вариантом формального «дробления» преступных деяний, требующая со временем определенной методологической коррекции подходов к выявлению адекватным социальной, экономической, экологической реальностям критериев. Сегодня наиболее распространенным в отечественной юридической литературе является деление экологических преступлений на «экологические преступления общего характера» и «экологические преступления специального характера». Однако такое деление представляется нам несколько «формальным»: беря за основу систематизации непосредственный объект посягательства, законодатель упускает из вида другие, более качественные отличия экологических преступлений. При таком делении основное (качественное) отличие экологических преступлений фиксируется лишь у преступлений общего характера, как у деяний, подрывающих целостность природной среды.

Встречаются утверждения, что систематизация – всего лишь внешняя сторона классификации и потому не может быть сведена к простой систематизации. На наш взгляд, систематизация выступает не столько внешней, сколько органически дополняющей и в качественно ином смысле «продолжающей» классификацию процедурой. Систематизация преследует несколько иные цели, чем классификация. Важнейшей из них следует признать системное обоснование целостности рассматриваемого класса преступлений, уточнение специфики их внутренних взаимосвязей и взаимозависимостей.

Таким образом, задача классификации в общем состоит в предоставлении исследователю максимального числа возможных вариантов теоретически правильного и практически приемлемого деления. В то же время главная задача систематизации заключается в построении стройной и логически выверенной, целостной, оптимально (в контексте наиболее адекватного отражения системной структуры объекта) упорядоченной иерархии системы запретов экологически опасных преступных посягательств.

Однако всегда следует учитывать особенности детерминации критериев классификации преступле-

ний фиксированной группировкой норм в уже действующей модели уголовного законодательства.

Поэтому в методологическом отношении представляется весьма важным обоснование более «объективного» подхода к сочетанию процесса выбора «оптимального» критерия систематизации («системообразующего элемента», по А.М. Плешакову) со спецификой конкретных правовых реалий. Поскольку экологичность признается основным идентифицирующим признаком всех преступлений, ответственность за которые предусмотрена статьями гл. 26 ныне действующего УК РФ, то критерии различения между видами таких преступлений обусловлены спецификой проявления конкретных преступных посягательств на сферу социальных отношений по охране окружающей среды и обеспечению экологической безопасности. Следовательно, классификация преступлений по специфике последствий, характеризующих степень общественной опасности такого рода преступных посягательств и должна стать основой дальнейшей их систематизации и регламентации.

ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ РФ

Дзейтова Л.М.

*Московская Государственная Академия
Приборостроения и Информатики (МГАПИ), Москва*

Принципиальных различий между маркетингом "внутренним" и международным, в том числе экспортным не существует. Ввиду специфики внешней международной среды на практике международный маркетинг в РФ имеет свою специфику. В международном маркетинге необходимо также учитывать политические риски, связанные со всеми странами, куда предприятие поставляет или собирается посылать товары и услуги. Развитие рыночных отношений в России, возрастающая роль потребителя в формировании спроса на конкретные товары, как по количеству, так и по качеству, широкое включение российских предприятий в международное разделение труда объективно выдвигают новые требования к системе управления предприятиями, преобразуемыми в концерны, тресты на основе акционерной или частной собственности. В связи с этим необходимо применение маркетинга в организации их хозяйственной деятельности, а по мере создания заграничных производственных предприятий - использование международного маркетинга, предполагающего в качестве одной из важнейших функций координацию производственной деятельности предприятий, расположенных как в своей стране, так и за границей в рамках единой собственности.

Цель международных маркетинговых исследований определить коммерческий интерес, который представляет страна или географическая зона. Полученная при этом информация используется для выработки международной стратегии предприятия. Исследования, позволяющие выявить особенности функционирования иностранного рынка.

⁴ Жевлаков Э.Н. Экологические преступления: понятие, виды, проблемы ответственности: Дисс. ... докт. юр. наук. М., 1991. С. 216.

Анализ среды: Этот тип исследования должен выявить самые специфические чувствительные точки среды.

Анализ спроса: На разных рынках не только разные вкусы, но и разные законы, нормы, маркировка товаров и т. д. могут значительно отличаться друг от друга.

Анализ конкуренции: Оценка сильных и слабых сторон конкуренции - важнейшая цель любого маркетингового исследования.

Анализ посредников: Число посредников в сбытовой сети разных стран неодинаково и различия достаточно ощутимы среди сопоставимых промышленно развитых стран и еще значительно становятся в странах Ближнего Востока, африканских и южноамериканских странах.

Экономическая среда

Планируя выход на внешние рынки, необходимо изучить экономику каждой страны. По хозяйственной структуре страны делятся на четыре типа: страны с экономикой типа натурального хозяйства, страны - экспортеры сырья, промышленно развивающиеся страны, промышленно развитые страны

Культурная среда

Далеко не всегда принимаются во внимание такие сильно влияющие факторы как традиции, быт, культура, религия, и т. местного населения

Языковые проблемы. Хороша ли торговая марка автомобиля "Nova" (используется фирмой "Шевроле"). По-испански это означает "не ходят"

Цветовые проблемы. Траурный цвета черный во многих странах, красный - в большинстве латиноамериканских стран, белый - в Японии и некоторых восточных странах.

Привычки при покупке. В странах, где население говорит на немецком языке, приправы и различные добавки к кушаньям предпочитают покупать в тубах.

Традиции и верования. Средний француз покупает в два раза косметики больше, чем его жена.

Политико-правовая среда

Разные рынки резко отличаются друг от друга и своей политико-правовой средой. *Политическая стабильность* - это исключительно важный фактор *Регламентационные препятствия* - или так называемые нетарифные ограничения. Они бывают самыми различными - установление новых стандартов, которым конкуренты не могут соответствовать, создание стандартов, с которыми конкуренты не могут согласовать свою продукцию, так как это связано с инвестициями которые не окупятся, усложнение системы получения разрешения на ввоз, специальные ограничения по маркировки и т. д., Таможенные пошлины (таможенные тарифы) являются наиболее традиционным и общепринятым средством регулирования внешней торговли. Риски, защита и ограничения инвестиций. Риски зарубежного инвестирования многочисленны и могут быть объединены в различные группы, чаще всего в такие:

1. Политические риски (включая некоторые социальные риски).

2. Финансовые риски (определяют в основном платежеспособность страны с точки зрения предос-

тавления ей и ее юридическим лицам ссудного капитала).

3. Риски операций и в особенности риски для внешнеторговой деятельности (внешнеторговый риск) и производственной деятельности (производственный риск).

Налогообложение и инвестиционные льготы.

4 Инвестиционные льготы Налоговые гавани и оффшорные центры

Выбор внешних рынков

Практически любой имеющийся товар, любые услуги находят на рынке немедленный сбыт, даже если они и не вполне отвечают тем требованиям, которые предъявляют к ним покупатель; главное - их наличие. Количество играет главную роль. Товарный ассортимент беден, масштабы производства невелики, конкуренция отсутствует.

Потенциал рынка. Первый вопрос который нужно решить, состоит в том, существует ли уже предложение, аналогичное предложению данного предприятия. Доступность рынка. Как потенциально емкий рынок следует рассматривать лишь в той мере, в какой иностранное предприятие может проникнуть на него без чрезмерных затрат средств и времени.

Различные способы присутствия за рубежом

Передача полномочий по экспорту. Речь идет о такой системе сбыта, когда компания, располагающая бытовой сетью в одной или нескольких зарубежных странах, предоставляет ее за определенную плату в распоряжение компании, потенциал которых еще слаб, что бы действовать в одиночку на международном рынке. Экспортная франшиза. *Франшиза* - это система сбыта, при которой предприятие с частным капиталом управляется так, словно оно является элементом обширной организации с известным в стране товарным знаком, вывеской, оборудованием, продукцией и услугами Коммерческие посредники. Это физические или юридические лица которых обычно называют агентами и которые, будучи весьма многочисленными, служат посредниками в международной торговле, оказывая услуги всех видов и зачастую занимаясь сразу несколькими видами деятельности в соответствии с имеющимися возможностями.

Международная политика продукта

Экспортировать, но что товар, идентичный тому, что уже продается на внутреннем рынке, товар приспособленный к внешним рынкам, товар идентичный, но представленный так, будто это другой товар. Ответ не прост, и хотя определенный ряд аргументов свидетельствует в пользу каждого из перечисленных вариантов, было бы неосторожно делать обобщения, в каждом отдельном случае фирма -экспортер должна хорошо взвесить все преимущества и недостатки на кратко-, средне-, и долгосрочную перспективу.

Мировая политика цен

Определению мировой политики цен должно уделяться самое пристальное внимание со стороны дирекции предприятия, желающего наиболее эффективно и долговременно развивать свою деятельность за границей. И действительно, определение цен - это как раз та часть маркетинговой политики, которая самым непосредственным образом влияет на дина-

мику продаж и рентабельность, любой ложный шаг здесь немедленно сказывается на результатах.

Мировые цены

Международная торговля осуществляется по мировым ценам. Под ними понимаются цены, по которым производятся крупные экспортно-импортные операции, достаточно полно характеризующие состояние международной торговли конкретным товаром. На практике мировые цены - это экспортные цены основных поставщиков конкретных товаров и импортные цены в важнейших центрах импорта этого товара.

К сложным примерам международного маркетинга можно отнести торговлю лицензиями, консалтинговыми или инжиниринговыми услугами, создание совместных предприятий или использование торгового посредника при реализации экспортной продукции на зарубежных рынках.

ДЕЙСТВИЯ С ИГРУШКАМИ КАК СРЕДСТВО ЭМОЦИОНАЛЬНО-ПРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ 3-5-ЛЕТНЕГО ВОЗРАСТА С НАРУШЕНИЯМИ СЛУХА

Заболтина В.В.

*Череповецкий государственный университет,
Череповец*

Нравственное развитие, которое теснейшим образом связано с развитием эмоциональной сферы, является одной из центральных линий психического развития дошкольника. Нравственное развитие включает в себя три взаимосвязанных компонента: становление нравственного сознания, развитие нравственных переживаний и чувств, формирование нравственного поведения. Сначала дети усваивают моральные знания, у них складывается первоначальное понимание нравственных норм, формируются моральные суждения и оценки. Однако не менее важно формировать у детей умение понимать эмоциональные состояния других людей и умение управлять своими эмоциями. В дошкольном возрасте ребенок способен проявлять симпатию и антипатию, сочувствие и сопереживание другому человеку, нежность и любовь к близким, чувство вины и стыда при нарушении нравственных норм поведения. Ребенок учится поступать согласно моральным нормам и самостоятельно делать моральный выбор. Чувства к концу дошкольного возраста нередко становятся мотивами поведения ребенка.

На протяжении дошкольного возраста эмоции преобладают над всеми другими сторонами жизни ребенка. Игра, как ведущий вид деятельности дошкольников, соответствует этим эмоциональным потребностям детей и является средством для обогащения и уточнения различных представлений, создает условия для упражнении в способах поведения в определенных жизненных ситуациях. Игра способствует формированию произвольности поведения. Она учит ребенка соблюдать определенные ролевые правила поведения, подчинять свои желания и интересы требованиям роли.

Принципиально важным для специальной педагогики и психологии является выдвинутое Л.С.Выготским положение об общности закономерностей развития нормального и аномального ребенка. В связи с этим в психическом развитии ребенка с нарушением слуха присутствуют те же стадии, что и в развитии нормального ребенка, происходит последовательная смена ведущих видов деятельности, определяющая переход от одной стадии к другой. Следовательно, в жизни дошкольника с нарушением слуха игра должна стать ведущей деятельностью, обеспечивать зоны его ближайшего развития, оказывать воздействие на развитие всех психических процессов и функций, личности в целом. Однако это происходит лишь в том случае, когда создаются особые условия для развития ребенка и он включается в процесс систематически осуществляемой коррекционно-воспитательной работы, элементом которой является целенаправленное формирование игровой деятельности. Содержание и методы руководства играми глухих дошкольников были разработаны Г.Л. Выгодской.

Необходимость раннего эмоционально-нравственного воспитания детей с нарушениями слуха подчеркивалось в работах Н.А. Рау, Б.Д. Корсунской, Н.Г. Морозовой. Б.Д.Корсунская на первое место всегда ставила воспитание детей с нарушениями слуха. Она отмечала, что привитые с раннего детства навыки правильного поведения и отношения к окружающим помогают неслышающему человеку чувствовать себя более уверенно и независимо, что если ребенок вырастет нравственным человеком, если он будет добр, справедлив, честен, ему будет легче жить в мире слышащих, потому что это навыки общечеловеческие. Б.Д. Корсунская также уделяла большое внимание воспитанию педагогов, работающих с маленькими глухими детьми: следила как они ведут себя с детьми. Она отмечала, что дети не слышат интонации, волнения, а видят только злое лицо, поэтому нужно делать замечания, ругать за проступки, но лицо при этом должно быть огорченное (ребенок должен видеть, что педагог расстроен, огорчен).

Н.Г. Морозова, Е.И. Исенина, В. Петшак и другие исследователи выделяют трудности понимания детьми с нарушениями слуха чувств и поступков людей, окружающих событий, овладения нормами поведения, формирования нравственных представлений и чувств. Также исследователи отмечают негативное влияние на социальное развитие детей с нарушенным слухом пребывания в детских учреждениях интернатного типа, недоразвития речи, более позднего приобщения к художественной литературе, недостаточных представлений ребенка о явлениях социальной жизни, ограниченных условий общения. В исследованиях В. Петшака установлено, что относительная бедность эмоциональных проявлений у глухих дошкольников лишь косвенно обусловлена их дефектом и непосредственно зависит от характера эмоционально-действенного и речевого общения со взрослыми. Важнейшим источником эмоционально-нравственного развития ребенка с нарушенным слухом является взаимодействие и общение со взрослым, которое определяется ведущей деятельностью.