



РОССИЙСКИЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г. В. ПЛЕХАНОВА

# РЕВОЛЮЦИЯ И ЭВОЛЮЦИЯ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Материалы Международной студенческой  
научно-практической конференции,  
посвященной 161-летию  
со дня рождения Г. В. Плеханова

13 декабря 2017 г.

2018-3  
34182 а

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
(ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»)

## **РЕВОЛЮЦИЯ И ЭВОЛЮЦИЯ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ**

Материалы Международной студенческой  
научно-практической конференции, посвященной  
161-летию со дня рождения Г. В. Плеханова

13 декабря 2017 г.

Москва  
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»  
2018

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Анашин П. С.</i> Аграрная реформа П. А. Столыпина как последняя попытка эволюции «сверху».....	5
<i>Ахматова Д. Р., Кабакова В. М.</i> Экоэтика в поисках современной модели антропоцентризма.....	9
<i>Ахматова Д. Р.</i> Политические последствия Октябрьской революции .....	15
<i>Бацочкин А. О.</i> Влияние Г. В. Плеханова на развитие социально-трудовых отношений в России в конце XIX – начале XX века ....	21
<i>Гадимова Ф. К.</i> Февральская революция – 1917 год .....	26
<i>Голубкова Д. М., Кондратьева Е. Г., Смирнова Н. Д.</i> Идея перманентной революции в зеркале истории .....	31
<i>Григорян А. Э.</i> Феномен «мы – идентичности» и развитие современной социокультурной системы (на материале романа-антиутопии Е. И. Замятина) .....	41
<i>Гуляева Е. В.</i> Философский пароход и революция .....	47
<i>Донская С. А.</i> Революционный и эволюционный проекты в социально-экономическом развитии России начала XX века .....	52
<i>Закирова А. С.</i> Управление конфликтами в организации .....	59
<i>Карнаева А. П.</i> Психологические портреты различных социальных групп после Октябрьской революции в СССР .....	63
<i>Коришунова А. А.</i> Эволюция и современные тенденции развития мировой гостиничной индустрии .....	67
<i>Костин П. А.</i> К исследованию проблемы социальной ответственности интеллигенции в концепции «"Революция сверху" в России» Н. Я. Эйдельмана .....	73
<i>Купинский Н. Г.</i> Октябрьская революция 1917 года в России: оценки, события, значение .....	79
<i>Лаврова Н. Н.</i> Значение философских взглядов Г. В. Плеханова для теории ценообразования .....	85
<i>Лашкова М. О., Дорошенко И. В.</i> Взаимосвязь конкуренции и экономического роста .....	89
<i>Лизунов В. А.</i> Россия от Февраля к Октябрю: ретроспектива исторического выбора.....	96
<i>Любарская Е. С.</i> Октябрь 1917 года в современной историографии.....	100
<i>Марчукова В. А.</i> Значение попечительства в развитии коммерческого образования в России на примере учебных заведений Московского общества распространения коммерческого образования .....	105
<i>Мосунова А. И.</i> Эволюция экономических отношений России и Японии ...	110
<i>Наскидашвили Д. И.</i> Нравственно-психологические аспекты развития российской экономической культуры.....	115

<b>Наумов И. С.</b> Субъективность мнений в философии С. Кьеркегора .....	122
<b>Норова А. Ю.</b> Глобальный эволюционизм как парадигма устойчивого развития современного общества .....	128
<b>Очаев А. Г.</b> Человек в индустриальном обществе – личность и социум XX века в поэзии Уистена Хью Одена .....	135
<b>Рязанова М. В.</b> Роль волонтерской деятельности молодежи в современном обществе .....	143
<b>Селиванова М. Н.</b> Г. В. Плеханов об эволюционно-революционных принципах исторического сознания .....	147
<b>Сизова Е. А.</b> Основные направления эволюции современного общества ....	153
<b>Скатурицкая А. В.</b> Эволюция идей марксизма в итальянской философии XX века .....	158
<b>Смелова Т. В., Шibaева К. С.</b> К исследованию формирования концепции «"Революции сверху" в России» Н. Я. Эйдельмана .....	163
<b>Стерн А. А., Кухаренко А. Ю.</b> Наследие Г. В. Плеханова в свете современности .....	168
<b>Хачатурян Г. Ф.</b> «Революция сверху» в экономике России: реформы Гайдара 90-х гг. XX века .....	173
<b>Цветков М. О.</b> Манипуляторские принципы Макиавелли в офисной политике .....	178
<b>Чавкин Д. О.</b> Эволюционные процессы в России в XX веке .....	183



## ЗНАЧЕНИЕ ФИЛОСОФСКИХ ВЗГЛЯДОВ Г. В. ПЛЕХАНОВА ДЛЯ ТЕОРИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

**Лаврова Наталья Николаевна**

аспирант кафедры финансов и цен РЭУ им. Г. В. Плеханова

Научный руководитель

**Новикова Елена Юрьевна**

доктор философских наук, профессор кафедры истории и философии

РЭУ им. Г. В. Плеханова

*В статье рассматриваются философские взгляды Г.В. Плеханова и их влияние на методологию экономической науки. Концепция социально-экономического и исторического развития страны, теория личности и ее роли в истории, эстетические взгляды дают целостное и системное представление о человеке как субъекте деятельности, его духовности, социальной активности. Парадигма отечественной экономической науки исходит из понимания активной роли личности и ее менталитета в экономических процессах. Теории ценообразования должны отражать факторы, связанные с личностью, мотивами и сознанием.*

*Ключевые слова:* методология, социальная философия, историческое развитие, экономика, личность, субъект, цены, парадигма.

*The paper considers the philosophical views of G. V. Plekhanov and their influence on economic methodology. The concept of socio-economic and historical development, theory of personality and its role in history, aesthetic views give a holistic and systemic view of man as the subject of activity, spirituality, social activity. The paradigm of national economic science comes from understanding the active role of the person and its mentality in the economic processes. Theory of pricing should reflect factors related to personality, motives and consciousness.*

*Keywords:* methodology, social philosophy, historical development, economy, identity, subject, prices, paradigm.

Философские взгляды Г.В. Плеханова оказали влияние на развитие методологии экономической науки. Многие положения, развиваемые Г.В. Плехановым, можно применять в качестве методологии при анализе теории ценообразования. При этом наибольшее значение имеют представления о динамике и истоках социально-экономического и исторического развития общества, учение о личности, ее сознании, а также эстетические взгляды Г.В. Плеханова [7]. Г.В. Плеханов выступает против абстрактных рассуждений о личности и обществе и выдвигает общую идею исторической закономерности всех форм общественного сознания. Сознание общества происходит из общественного бытия в конкретных условиях места и времени. Активность сознания и духовности личности рассматривается как существенный фактор общественного развития. Г.В. Плеханов неустанно

следил за новыми научными исследованиями боролся против односторонности материалистического понимания развития общества.

Г.В. Плеханов исследовал вопрос о свободе личности и необходимости. Он указал на то, что знание необходимых законов развития природы и общества способствует революционной активности. Социальные отношения в целом зависят от материальной основы, однако они реализуются при активной роли форм общественного сознания [7].

Для понимания механизмов ценообразования большое значение имеют эстетические взгляды, поскольку человек как производитель и потребитель оценивает товары в категориях эстетики. Г.В. Плеханов посвятил искусству и литературе исследования, которые применимы ко многим сферам экономической деятельности – производству товаров, их потребительской оценке. Эстетические взгляды Г.В. Плеханова отражены в отдельных статьях. В исследованиях искусства и литературы Г.В. Плеханов применил теорию исторического материализма. Он указал на закономерный характер истории искусства. Произведения искусства зависят в своём возникновении от общества. Они являются отражением жизни целостного социума.

В теории Г.В. Плеханова прослеживается зависимость форм художественного сознания от общественного бытия. Допускается их равноправное существование. По мнению Г.В. Плеханова, вкусы и предпочтения человека зависят от окружающей общественной среды, от положения, которое человек занимает в обществе. Интересы человека являются объектом наблюдений и анализа в научной эстетике.

Социально-философские взгляды Г.В. Плеханова нашли отражение в современных парадигмах экономических наук, подчеркивающих роль активности личности как субъекта в экономических процессах. Качества человека рассматриваются в аспекте детерминизма экономической деятельности [3]. Личностный подход используется и при анализе поведения потребителя, которое непосредственно связано с ценообразованием. Качество предмета потребления имеет несколько уровней, среди которых социальные качества являются детерминирующими. Это необходимо учитывать в потребительской оценке товаров и ценообразовании. В исследованиях авторов рассматривается объективная и субъективная цена товара, зависимость цен от ментальных установок потребителя. Важнейшими факторами, влияющими на потребительское восприятие товара и его цены, являются эстетические ценности, связанные с миром личности, ее социальными ролями и статусами, представлением о престиже и собственных возможностях [4].

Ценообразование формируется и проходит этапы развития под влиянием многих объективных или субъективных факторов. Иногда они независимы, а иногда зависимы от воли и сознания личности. В системе общественных отношений, там, где можно говорить о социальной роли или социальных статусах, каждая личность в той или иной степени влияет на формирование цен. Социальные факторы общественно – экономических условий образуют систему объективных условий, влияющих на

ценообразование. То обстоятельство, что личность живет и действует в составе определенной социальной группы, определяет ее потребности и отношение к различным товарам, работам и услугам, предлагаемым на рынке. Микросреда формирует принятие личностью решения. Сама сущность влияния личности на ценообразование проявляется через совокупность материальных и духовных потребностей.

Производители, продавцы и покупатели являются основными участниками процесса формирования цены [2]. Рассмотрим роль личности в ценообразовании на примере отдельно взятой компании. Объектом исследования станут виды ценообразования: монопольное, олигопольное и рыночное.

Рассматривая руководящую роль личности в монопольной компании, принадлежащей на правах собственности нескольким субъектам, отметим, что ее активность в данном случае минимально влияет на сам рынок и его дальнейшее развитие. На сегодняшний день в России монополии принадлежат государству. За их деятельностью, в том числе за процессом формирования цены, следит ФАС России [6].

В современном мире быстро развивающихся технологий [1] то и дело возникают компании, предлагающие продукты, не имеющие аналога. До момента появления конкурентов они являются монополистами. Монопольное ценообразование, в случае, если монополия принадлежит одной личности, имеет ярко выраженные черты в виде отсутствия необходимости экономить средства. Влияние личности в формировании цены на товар, работу или услугу возрастает многократно. Здесь уже владелец на свое усмотрение решает вопрос установления цены. При этом возникает проблема этичности ценообразования. Тема этичности была наиболее ярко отражена в работе «Стратегия и тактика ценообразования» Томаса Т. Нэгла [5]. На сегодняшний день тема этичности является малоизученной, хотя и актуальной. Она возникает не только в монопольном ценообразовании, но и в олигопольном, и в рыночном.

Рассматривая крупную олигопольную компанию, можно отметить, тот факт, что руководящая роль личности может быть умеренно-активной. Конкуренты существуют, но их немного. Это не позволяет оказывать существенного влияния на крупную олигопольную компанию. В вопросах формирования цен на работы, товары или услуги личность, возглавляющая крупное олигопольное предприятие, оказывает большое влияние. В олигополии вопрос ценообразования близок к монопольному. На образование цены малочисленные конкуренты при этом влияют незначительно. Возникает вероятность демпингования лидерами цен на рынке в попытке подорвать экономическую деятельность зарождающихся конкурентов. При этом так же встает вопрос этичности ценообразования.

В условиях свободной конкуренции роль личности как главной движущей силы бизнеса возрастает многократно. В условиях свободной конкуренции и отсутствия сговора участников рынка роль личности владельца в ценообразовании минимальна, однако резко возрастает роль



личности потребителя. Действуют законы рыночного ценообразования. Вероятность демпинга цен в рыночных условиях так же маловероятна.

Рассматривая роль личности покупателя в условиях рынка свободной конкуренции необходимо отметить ее доминирующее влияние на ценообразование. Покупателя стараются привлечь различными способами. Покупатель может приобрести товар работу или услугу на основе анализа рынка. Так же он может купить товар без проведения какого бы то ни было анализа, руководствуясь своим субъективным мнением, которое вероятнее всего сформировано окружающими покупателя социальными факторами. Поэтому в механизм ценообразования необходимо закладывать различные формы психологического отношения к товару со стороны потребителя – рациональные, иррациональные, эмоционально-импульсивные и т.п.

Таким образом, при анализе ценообразования необходимо учитывать социоантропологический и социально-исторический подход к человеку [8, 9]. Личность как субъект экономической деятельности всегда существует в системе социальных взаимосвязей и является носителем духовности. Качество товара не сводимо к узкопотребительским свойствам, и цена на товар складывается с учетом всех форм его воздействия на личность. При ценообразовании необходимо учитывать личностные характеристики всех участников социально-экономического взаимодействия и личность владельца предприятия, преследующего свои цели, и личность покупателя с его мотивами и ценностями. Социальное взаимодействие в процессе ценообразования необходимо учитывать в границах социально-экономических и производственных систем.

### Список литературы

1. Кузьмина Г.П., Сидоренко Л.П. Интернет-ресурсы как дополнительные и эффективные методы для работы со студентами // Вестник Чувашского университета. 2013. – № 4. – С. 166-171.
2. Липсиц И.В. Управление ценообразованием в фирме. – М. : Бизнес Элаймент. 2014 – 248 с.
3. Новикова Е.Ю. Парадигма отечественной экономической науки: 1990-е г.// Наука и практика, 2012, – № 2(8), -С. 56-63.
4. Новикова Е.Ю. Эмоции в дизайне и маркетинге. – М. : РЭУ, 2016. – 154 с.
5. Нэгл Т.Т., Стратегия и тактика ценообразования: книга. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2004 – 230 с.
6. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы РФ (ФАС России). – URL: <https://fas.gov.ru/>.
7. Плеханов Г.В. Избранные труды. – М. : РОССПЭН, 2010 – 550с.
8. Понизовкина И.Ф. Формирование социальной ответственности будущих предпринимателей как способ гармонизации социальных отношений // Современные ориентации общества и культуры сборник



научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. Редакторы: Н.А. Краснова, Т.Н. Плесканюк. 2016. – С. 8-14.

9. Скатерщикова А.В., Таран И.А. Философские теории рекламы: коммуникация, искусство убеждения и ценностные ориентиры // Развитие предпринимательства в торговле и услугах: проблемы и перспективы Материалы Международной научно-практической конференции. Сборник научных статей преподавателей, аспирантов и студентов в 2 частях. под редакцией Рагулиной Ю. В.; Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы. 2013. – С. 134-136.

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ КОНКУРЕНЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

**Лашкова Марина Олеговна,**

**Дорошенко Иван Викторович**

магистры финансового факультета РЭУ им. Г. В. Плеханова

Научный руководитель

**Ивлева Марина Ивановна,**

кандидат философских наук, доцент кафедры истории и философии

РЭУ им. Г. В. Плеханова

*В статье рассмотрено влияние конкуренции на темпы экономического роста. В целях более глубокого изучения проблемы был проведен анализ работ современных авторов на данную тему. Рассмотрены регрессионные модели, доказывающие влияние конкуренции, изложены основные подходы к исследуемой проблеме, сделаны выводы о взаимосвязи экономического роста и конкуренции.*

*Ключевые слова:* конкуренция, экономический рост, рост ВВП, регрессионный анализ.

*The article considers the influence of competition on the rates of economic growth. In order to study the problem in more depth, an analysis of the works of contemporary authors on this topic was carried out. Regression models that prove the influence of competition are considered, basic approaches to the problem under investigation are described, authors made conclusions about relationships between economic growth and competition.*

*Keywords:* competition, economic growth, GDP growth, regression analysis.

Экономический рост является одним из центральных объектов исследования в современной экономической теории. Параметры экономического роста и их динамика широко используются для характеристики развития национальных хозяйств и степени государственного регулирования экономики, в связи с чем проблемы экономического роста занимают в настоящее время центральное место в экономических дискуссиях.