

Весна – красна,
Наша ладушка пришла!

В прощальных песнях, которые поют в воскресенье Масленицы, слышна уже минорная тональность. В них Масленица упрекается в том, что она обманула людей, разорила их, все поела и посадила на Великий пост. Но основное содержание этих песен легко понять из начальных слов: «Полно, зимушка, зимовать». Отмечали этот праздник зимы, чтобы поблагодарить ее за все хорошее, что она дала. В то же время стужу гнали прочь, с нетерпением ожидая прихода весны.

EPISTEMOLOGY HOLIDAY “MASLENITSA”

Smolentseva E.

Tags: carnival, pancakes, holiday fun.

This article discusses the origin and meaning of the Russian national holiday “Shrovetide.” Examples of the features of the celebration. Indicated traditions and rituals associated with this holiday.

ИСТОРИЯ КОНЦЕРНА HUBERT BURDA-MEDIA

*Э.Р. Таурова, студентка 2 курса экономического факультета
Научный руководитель – Н.А. Никонова
ФГОУ ВПО «Ульяновская ГСХА»*

Концерн (нем. der Konzern) — финансово-промышленная группа компаний. Типичным является сохранение юридической и хозяйственной самостоятельности участников, но с учётом координации со стороны доминирующих финансовых структур. Обычно участники концернов объединяют не только экономический потенциал, но направление рыночной стратегии. Основным преимуществом концерна является концентрация финансовых и других ресурсов.

Яркий пример такой формы объединения представляет собой мультимедийный концерн Hubert Burda-Media, группа компаний с более чем столетней историей. Основатель головного предприятия концерна - Франц Бурда. Он создал свою первую типографию в 1908 году в немецком городе Оффенбурге и назвал её своим именем. Первым издани-

ем семьи Бурда стала газета *Philippsburger Zeitung*. С 1929 года бразды правления перешли к сыну Франца Бурды — Францу Бурде младшему. Новый руководитель превратил свою фирму в большое графическое предприятие с более чем 100 сотрудниками, а так же возглавил такие типографии, как «Гебрюдер Бадэр», «Зюдвестдрук». Доктор исторических наук Франц Бурда начал издательство журнала радиопрограмм *SÜRAG*, тираж которого достиг более 600000 экземпляров.

Настоящую революцию в издательском деле семейного предприятия осуществила жена Франца Бурды — Энне Бурда — урожденная Магдалене Леммингер, издав в 1950 году первый в послевоенной Германии журнал для женщин, который имел фантастический успех во всем мире. К 1965 году он издавался миллионным тиражом, а уже в 1970 году печатался на 14 языках мира. Главным отличием от других журналов мод были простые и очень точные выкройки в натуральную величину. Любая женщина могла самостоятельно сшить по ним наряды. Энне Бурда неоднократно называли «королевой платьев» и «женским символом» немецкого экономического чуда. Ее издательство существует и поныне, а журнал *Burda Fashion* выходит в 90 странах на 16 языках и является женским журналом с самым большим тиражом в мире.

С 1986 года предприятием начинает управлять Хуберт Бурда — третий сын Энне и Франца Бурда — который после смерти отца унаследовал издательское дело *Burda*. Именно он сумел за короткий срок превратить семейный издательский дом в интернациональный медиа-концерн *Hubert Burda Media*, который сейчас выпускает 200 изданий в 28 странах мира. Хуберт Бурда заложил основные вехи развития немецкого медийного ландшафта: общественно-политический журнал *Focus*, женский еженедельник *Lisa* и издания под его брендом, журнал о звездах *Bunte* — это всего лишь несколько примеров успешных проектов издательства.

На сегодняшний день *Hubert Burda Media* — это международный издательский концерн, представительства которого находятся в Германии, Центральной и Восточной Европе, России и Азии. На территории Германии, наряду с штаб-квартирой в Оффенбурге, предприятие имеет представительства в Мюнхене, Берлине и Гамбурге. Сфера деятельности концерна — это выпуск 262 журналов в Германии и других странах, доли в многочисленных интернет-проектах и радиостанциях, ТВ-проекты и директ-маркетинг. Кроме того, концерн *Hubert Burda Media* играет ведущую роль и в таких областях, как *Digital Business* и *Digital Lifestyle*. 75 журналов концерна издаются в Германии: *Bunte*, *Freundin*, *Frau im Trend* и т. д. Также концерн выпускает такие известные международные

журнальные бренды, как Elle (Германия), InStyle (Германия), Playboy (Россия, Германия) и другие. Из собственных брендов, а большинство изданий Hubert Burda Media — собственные, достаточно привести в пример знаменитые журналы Lisa, Focus и Bunte. За последние пять лет число журналов, издаваемых за пределами Германии, увеличилось в два раза: 188 журналов выпускаются дочерними компаниями Burda Eastern Europe, Burda Holding International, Medien Park International и Vogel Burda Holding. Концерну Hubert Burda Media принадлежат также типографии в Оффенбурге, французском городе Вье-Танн и в столице Словакии- Братиславе. Сегодня мегаконцерн Hubert Burda Media занимает главенствующую позицию в издательском секторе Германии. Всемирно известная издательская компания работает приблизительно на 80 процентов населения всего мира (с 14-ти лет и выше), испытывающего постоянную потребность в журнальной продукции.

Деятельность концерна в последние годы была направлена на пять областей предпринимательской деятельности (издательства внутри страны, издательства за границей, полиграфия, цифровые технологии и директ-маркетинг). Благодаря такому распределению стал возможен его дальнейший рост и, несмотря на непростую экономическую ситуацию в 2008 году, доход концерна повысился на 3,8% с 2.214,0 млн. евро до 2.297,4 млн. евро.

Концерн Hubert Burda Media играет важную роль в обществе в мировом масштабе. Разнообразные издания, предназначенные читателям разных возрастов, развивают интеллект, воображение, рассказывают как сохранить здоровье и красоту, как жить лучше, создать баланс между личной жизнью и работой, обеспечить мир и гармонию в семье, делают чтение более увлекательным и интересным занятием. Кроме того концерн ведет активную социальную политику, направленную на создание благотворительных фондов, например, создав фонд имени Феликса Бурды, который осуществляет благотворительные акции по всему миру, делая все возможное для распознавания раковых заболеваний на ранней стадии.

Авторитет концерна и его капитал постоянно растут, что дает возможность руководству Hubert Burda-Media **смотреть в будущее с оптимизмом.**

Библиографический список:

1. Burda news.[Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.burda-news.de/> (дата обращения :25.02.2012)
2. Geschichte.[Электронный ресурс].-Режим доступа : <http://www.>

hubert-burda-media.de (дата обращения: 24.02.2012)

3.Hubert-Burda-Media.[Электронный ресурс].-Режим доступа:
<http://www.wikipedia.de> (дата обращения:24.02.2012)

ИНФЛЯЦИЯ: ВИДЫ, ПРИЧИНЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ

*Н. С. Туктарова, студентка 2 курса экономического факультета
Научный руководитель - С. К. Войнатовская, ст. преподаватель
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия»*

Ключевые слова: *инфляция, дисбаланс, виды, причины, последствия*

Инфляция – сложное, многофакторное, социально-экономическое явление. В данной статье рассматриваются виды инфляции, ее причины и последствия.

Инфляция является одной из наиболее острых проблем современного развития экономики во многих странах мира, она оказывает негативное влияние на все аспекты жизни общества.

В большей или меньшей степени инфляция проявляется почти во всех странах. В 50-60 годы она была в умеренном темпе, 70-е вышла из-под контроля, дезорганизуя нормальный ход воспроизводства и превратилась во «врага компании номер один». В странах с развитой рыночной экономикой инфляция может рассматриваться как составная часть хозяйственного механизма. В последние годы в Соединенных Штатах, Японии, Западной Европы преобладает тенденция замедления инфляции.

Инфляция приводит к дисбалансу между совокупным спросом и совокупным предложением.

При инфляции нарушаются установленные пропорции в ценах на товары и услуги, продавцу и покупателю становится все труднее сделать правильный выбор. Еще труднее дать экономический прогноз и провести долгосрочные расчеты. Защитные меры в отношении рисков, начинают говорить о повышении процентных ставок и высокой нормы прибыли, которая, в свою очередь приводит к росту цен. Предпринимательская деятельность в этих условиях ориентирована на краткосрочные решения, капитал преимущественно концентрируется в торгово-