КОНЦЕПТ
научно-методический электронный журнал
ART 14067 УДК 332.14:821.161.1
Темякова Т. В. Возможности использования русской прозы при изучении конкурентных стратегий хозяйствующих субъектов // Концепт. – 2014. – № 03 (март). – ART 14067. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14067.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

Темякова Татьяна Витальевна,
кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и культурного наследия Института истории и международных отношений ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского», г. Саратов
temykova@yandex.ru

Возможности использования русской прозы при изучении конкурентных стратегий хозяйствующих субъектов

Аннотация*. В статье речь идет о применении литературно-экономического подхода к анализу конкурентных стратегий. Данный подход предполагает исследование конкурентных стратегий, реализуемых литературными героями на страницах художественных произведений, что означает объяснение действий конкурирующих субъектов в книгах с помощью понятийного аппарата, используемого в изучении экономических дисциплин.*
Ключевые слова: *конкурентные стратегии, конкуренция, методы преподавания, литературно-экономический подход.*
Раздел: *(04) экономика.*

«Если хочешь писать, то поступай так. Избери сначала тему. Тут дана тебе полная свобода. Можешь употребить произвол и даже самоуправство. Но, дабы не открыть второй раз Америки и не изобрести вторично пороха, избегай тем, которые давным-давно уже заезжены» [1]. Это совет № 12 из рассказа А. П. Чехова «Правила для начинающих авторов». Следует согласиться с тем, что конкурентные стратегии достаточно широко изучены в экономической литературе и на первый взгляд подобная тема, выражаясь словами А. П. Чехова, является «заезженной», однако при ближайшем рассмотрении можно смело утверждать, что применение литературного подхода к изучению вопросов экономической направленности в практике преподавания встречается не так часто.

Каждому экономисту известны строки из романа А. С. Пушкина «Евгений Онегин»: «Зато читал Адама Смита И был глубокий эконом, То есть умел судить о том, Как государство богатеет, И чем живет, и почему Не нужно золота ему, Когда простой продукт имеет» [2]. Сегодня часто можно услышать на лекционных занятиях по экономической теории эту цитату, ставшую знаменитой, когда преподаватели рассказывают студентам об Адаме Смите и его труде «Исследование о природе и причинах богатства народов [3], о взаимосвязи ценности благ с количеством затраченного на него труда и т. д. Однако приведенный пример не означает масштабного использования художественных произведений в преподавании экономических дисциплин. На взгляд автора, подобные параллели между экономической наукой и литературой красочно иллюстрируют изучаемый материал, способствуют его наилучшему освоению. Считаем, что публикации по данной тематике будут способствовать популяризации литературно-экономического метода преподавания, что должно повысить интерес студентов одновременно и к экономическим дисциплинам, и к художественной литературе. Особенно это актуально для студентов, обучающихся по неэкономическим направлениям. Поскольку преподавание экономической теории на непрофильных факультетах предполагает учет специфики направления подготовки, постольку литературно-экономический подход наиболее пригоден для обучения прежде всего студентов-филологов. Вместе с тем появление интереса к классике у студентов иных направлений подготовки благодаря использованию литературно-экономического подхода можно считать положительным результатом работы преподавателя.

Темякова Т. В. Возможности использования русской прозы при изучении конкурентных стратегий хозяйствующих субъектов // Концепт. – 2014. – № 03 (март). – ART 14067. – 0,5 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14067.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

В рамках данной статьи будут проанализированы конкурентные стратегии, изучаемые в курсах «Экономическая теория», «Менеджмент», «Маркетинг», реализуемые литературными героями в русской прозе. Автор не ставит перед собой задачу описывать теоретические основы исследования конкурентных стратегий, так как данный вопрос достаточно глубоко изучен в экономике. Следует лишь обратить внимание на то, что существует множество классификаций конкурентных стратегий. По возможности их корректировки под влиянием внешних воздействий различают прямую и косвенную стратегии. В зависимости от характера мероприятий по удержанию и приобретению конкурентных преимуществ выделяют оборонительную, наступательную стратегии и стратегию стабильности. По выбранным методам конкуренции различают ценовую и неценовую конкуренции.

Предлагается рассмотреть произведения русской литературы, проанализировать действия литературных героев и определить тип реализуемых ими конкурентных стратегий. С точки зрения прямой и косвенной стратегии представляется интересным анализ конкурентных стратегий в сказке Н. Носова «Незнайка на Луне» [4], являющейся заключительной частью трилогии о приключениях сказочного человечка Незнайки. Однако на страницах этой книги предпринимательской деятельностью было суждено заняться другому коротышке – Пончику. Очутившись в лунном городе Лос-Паганосе, на берегу моря Пончик обнаружил кристаллы обыкновенной поваренной соли. На «Пищезаправочной станции» Пончик добавил измельченную поваренную соль в пресную гречневую кашу. Обнаружив интерес со стороны постоянных посетителей этого заведения, герой стал продавать каждую щепотку соли за один сантик. Так стал развиваться бизнес Пончика по добыче и продаже столовой соли.

По мнению автора, в данном произведении ярко прослеживается реализация стратегии жизненного цикла товара как прямой конкурентной стратегии. Известно, что жизненный цикл товара состоит из четырех стадий, первой из которых является стадия внедрения. Стратегия на стадии внедрения служит обоснованием выбора товара, доказывает наличие потребности в новом продукте. Часто товар или услуга предлагается потребителю бесплатно, что продиктовано необходимостью заинтересовать клиента апробацией нового продукта. Этому правилу последовал и Пончик, «он протянул щепотку соли лунному коротышке, который как раз в это время ел суп» (с. 299). Согласно книге, благодаря Пончику число клиентов «Пищезаправочной станции» стало расти, а следовательно, росли доходы хозяйки заведения, что ей позволило расширить «веранду и кухню, сделать сбоку пристройку, а вдоль набережной сделать навес из брезента и поставить под ним еще два десятка столов» (с. 301). Косвенной стратегией на стадии внедрения стала реализация стратегии регрессионной вертикальной интеграции, когда хозяйка договорилась с Пончиком, что будет приобретать у него необходимое количество соли для своего ресторана.

Вторая стадия – это стадия роста. На данном этапе жизненного цикла товара основное внимание уделяется имеющемуся и потенциальному размеру рынка, осуществляется активный поиск новых клиентов. Организация должна быть готова к стремительному росту, для чего необходимо планировать потребность в финансовых и трудовых ресурсах и возможность удовлетворения собственного спроса на требуемые факторы производства. «Поскольку владельцы других ресторанов обращались к нему [Пончику] с просьбами доставить и им соль, он решил увеличить добычу этого ценного пищевого продукта и основал соляной завод» (с. 301). Численность наемных работников на данном заводе составляла 12 человек, дневная заработная плата каждого из которых была равна 1 фертингу, продажная цена дневной выработки – 240–

250 фертингов, следовательно, если абстрагироваться и не учитывать иные компоненты себестоимости поваренной соли (амортизация оборудования, стоимость материалов, элекроэнергии, ГСМ и др.), то размер дневной прибыли завода Пончика был равен 228–238 фертингам, средний суточный доход – 20–20,8 фертингам. «Выходило, что клал в свой карман Пончик чуть ли не в двадцать раз больше денег, чем отдавал рабочим, в результате чего богател, как говорится, не по дням, а по часам…и даже назывался он теперь не просто Пончик, а господин Понч» (с. 301–302).

Известно, что рыночная структура с единственным производителем называется монополией, однако рынок поваренной соли в Лос-Паганосе нельзя назвать монопольным ввиду отсутствия технологических и иных барьеров входа, непременного признака монопольного положения предприятия. «Многим лунатикам удалось вскоре проведать, где он [Пончик] берет кристаллы соли для своего завода. Это привело к тому, что неподалеку от берега один за другим стали возникать небольшие соляные заводики» (с. 304). Следовательно, анализируемый рынок по типу рыночной структуры есть не что иное, как совершенная конкуренция, характеризуемая множеством производителей и потребителей товара. При совершенной конкуренции возможна лишь ценовая конкуренция, поскольку покупателям предлагается абсолютно идентичный продукт, как в случае с солью, добываемой на одном и том же побережье, поэтому рост рыночного предложения привел к падению цен на товар, а значит, и дохода. В результате Пончик стал работать с нормальной прибылью, что соответствует постулатам теории фирмы, согласно которым в долгосрочной перспективе все фирмы, функционирующие в условиях совершенной конкуренции, могут получать лишь нормальную прибыль. «Если прежде Пончик, заплатив на оплату рабочего фертинг, получал взамен двадцать фертингов прибыли, то теперь никто не мог выколотить из рабочего больше одного фертинга. Однако и это было очень выгодно, в силу чего соляной промысел продолжал развиваться» (с. 304). Данный этап соответствует стадии зрелости продукта, характерной чертой которого является корректировка конкурентной стратегии в сторону снижения цен одновременно с укреплением отношений с клиентами и поставщиками.

Далее события развивались следующим образом. В Лос-Паганос вернулся крупнейший землевладелец Дракула, которому принадлежали земли на морском побережье, где стояли заводы коротышек, в том числе и завод Пончика. Если предположить, что Пончик и другие лунатики были бы гражданами РФ, то выходит, что по российскому законодательству они нарушили право частной собственности, самовольно построив на ней сооружения, что недопустимо, частная собственность наряду с государственной и иными формами подлежит обязательной защите [5]. Что касается самовольных построек, то ими являются жилые дома, другие строения, сооружения или иное имущество, созданное на земельном участке, не отведенном для этих целей в порядке, установленном законом или иными правовыми актами, либо созданное без получения на это необходимых разрешений [6]. Основанием считать строительство заводов самовольными постройками является отсутствие государственной регистрации недвижимости ввиду неведения истинного владельца земель, на которых расположены постройки. Самовольная постройка по российскому законодательству должна быть снесена лицом, построившим ее.

Кроме того, имело место незаконное предпринимательство, поскольку деятельность Пончика была не зарегистрирована и была сопряжена с получением дохода в особо крупных размерах. Действительно, изначально доход Пончика составлял 240–250 фертингов, впоследствии господин Понч увеличил численность персонала на своем заводе до 18 человек, каждый из которых до сокращения предельного дохода приносил 20–20,8 фертингов, значит, валовая прибыль от реализации соли при прежней зарплате

в 1 фертинг каждому сотруднику возросла до 342–356,4 фертингов (с. 302). Следовательно, если бы Пончик был гражданином РФ, то он был бы либо оштрафован в размере до 300 000 рублей или в размере иного дохода осужденного за период до двух лет, либо наказан обязательными работами на срок до 480 часов, либо арестован на срок до 6 месяцев [7].

Однако правовое регулирование лунного города Лос-Паганоса не предусматривало описываемых мер наказания, и Дракула отдал приказ отгородить побережье забором и позволить заниматься предпринимательской деятельностью по добыче соли только тем лунным жителям, которые будут за это право платить. В результате стал развиваться крупный бизнес, так как владельцы других побережий, богатых солью, стали строить там соляные заводы, используя на них усовершенствованные машины, что позволяло им сокращать издержки, однако подобная практика привела к стремительному росту объемов производства, а следовательно, при неизменном спросе – к падению цен. В дальнейшем это привело к образованию картеля, названного Н. Носовым бредламом. «Кончилось все это дело тем, что владельцы крупных заводов, которым было легче договориться, так как их было меньше, объединились в бредлам» (с. 305). Он был создан с целью вытеснения мелких конкурентов с рынка, для чего была избрана еще одна косвенная стратегия – стратегия реализации товара по ценам ниже среднерыночных, возможно, даже стратегия грабительского ценообразования. Известно, что она предполагает продажу продукции отечественными производителями на внутренний или внешний рынок по ценам ниже средних издержек производства и позволяет после ухода с рынка конкурентов устанавливать монопольно высокие цены. Однако ввиду отсутствия данных об издержках и ценах фирм, входящих в картель, однозначно говорить о реализации товара с использованием хищнического ценообразования нельзя. Тем не менее результатом описанных действий олигополистов стало банкротство большинства мелких соляных заводов.

«Наилучший выход из создавшегося положения – это начать продавать соль еще дешевле. Владельцы мелких заводов вынуждены будут продавать соль по слишком низкой цене, их заводишки начнут работать в убыток, и им придется закрыть их. А вот тогда-то мы снова повысим цену на соль, и никто не станет нам мешать наживать капиталы. Так они и сделали» (с. 305). Применение стратегии грабительского ценообразования оборачивается потерями благосостояния общества. С точки зрения потребителя, важным является наличие у них информации о намерениях производителей в части возможной будущей монополизации производимой продукции. В случае информированности потребителей определенного продукта о подобной практике предпринимателя действия покупателей становятся направленными на предотвращение монополизации посредством заключения с фирмой долгосрочного контракта, предусматривающего реализацию товара и после вытеснения конкурентов с рынка по фиксировано низким ценам.

Пончик разорился, однако если бы он запатентовал свое изобретение, то смог бы стать монополистом по производству поваренной соли, так как патент является барьером входа в отрасль, хотя, возможно, лунное законодательство не предусматривало защиту авторских прав. Производство поваренной соли в Лос-Паганосе не достигло четвертого этапа своего жизненного цикла, этапа сокращения продаж, так как можно предположить, что в связи с переходом соляной отрасли из совершенной конкуренции в олигополию при неизменном спросе было осуществлено квотирование добычи и переработки соли, что позволило олигополистам существенно поднять цены и получать сверхприбыли. В заключение хочется отметить, что есть множество производств, у которых стадия зрелости сильно растянута во времени, производство соли тому пример.

Однако, на взгляд автора, наиболее полным пособием по теории и практике применения конкурентных стратегий, как ценовых, так и неценовых, является рассказ А. П. Чехова «Общее образование». В данном рассказе идет диалог двух зубных врачей, Осипа Францыча, «толстого немца в новом дорогом пальто и с гавайкой в зубах», и Петра Ильича, «маленького, поджарого человечка в потускневшем пальто, латаных сапогах и с серыми, словно ощипанными усами» [8]. Успешный Осип Францыч дает советы Петру Ильичу по ведению бизнеса. Сначала он предлагает использовать неценовые методы конкуренции. На первый взгляд два зубных врача предлагают клиентам абсолютно идентичную, однородную услугу: лечение и удаление зубов, однако в зависимости от качества обслуживания, сервиса будут различаться цены на оказываемые ими услуги. «Будь ты хоть распрепрофессор, но ежели ты не умеешь подладиться под ее [публики] характер, то она скорее к коновалу пойдет, чем к тебе... Заведи ты себе бархатную мебель да понатыкай везде электрических звонков,.. [ведь] публика так рассуждает: если ты оборван и в грязи живешь, то с тебя и рубля довольно, а если ты в золотых очках, с жирной цепочкой да кругом тебя бархат, то уж совестно давать тебе рубль, а надо пять или десять» [9]. Следовательно, Осип Францыч предлагает отделить в глазах потребителей свой продукт от продуктов конкурентов той же самой продуктовой группы, а значит, использовать стратегию дифференциации.

В подтверждение сказанному следует отметить, что помимо особого обслуживания, сервиса качество самих оказываемых услуг также является основой для использования дифференциальной стратегии. А качество услуг, предоставляемое двумя зубными врачами, существенно различалось, чем объяснялась разница в их доходах. Осип Францыч рвет зуб «огромнейшим ключом. Вообще, чем крупнее и страшнее инструмент, тем лучше… [рвет] быстро, без запинки», Петр Ильич напротив, «однажды ошалел… и вместо больного здоровый зуб вырвал» [10].

Не обошлось в рассказе и без методов недобросовестной конкуренции. Осип Францыч настоятельно рекомендует «изобрести» зубной эликсир, по сути, являющийся фальсифицированным лекарственным средством, главное, «чтоб пахло и щипало» [11], однако в рамках современного российского законодательства продажа фальсифицированных, недоброкачественных лекарственных средств запрещается [12].

Что касается советов относительно использования ценовых методов конкуренции, то здесь Осип Францыч предлагает реализовывать стратегию неокругленного ценообразования, которая представляет собой установление цен не в виде округленных цифр, а в виде так называемых неокругленных значений, например 29,9 рублей. Первоначально стратегия неокругленного ценообразования была направлена не на покупателей, а на продавцов, кассиров с целью стимулировать их отдавать сдачу полностью. В дальнейшем стало ясно, что неокругленное ценообразование действует аналогично значкам распродаж: покупатели оказались очень восприимчивы к окончаниям цен, которые помогают им оценить привлекательность сделки по покупке товара (услуги). Именно поэтому сегодня столь популярно неокругленное ценообразование в розничной торговле.

В рассказе «Общее образование» Осип Францыч так объясняет свою рекомендацию: «Цен круглых не назначай, а так: эликсир номер один стоит семьдесят семь копеек, номер два – восемьдесят две копейки и так далее» [13]. В заключение хотелось бы согласиться с Петром Ильичом: «Да, действительно, плохо без общего образования! Это вы верно, Осип Францыч! Очень плохо!» [14]

На самом деле, в пример можно привести достаточно большое количество художественных книг, на страницах которых можно обнаружить те или иные конкурентные стратегии. Речь идет о произведениях И. А. Куприна [15], И. А. Ильфа и Е. П. Петрова

[16], английского писателя А. Конан-Дойла [17], О. Генри [18] и др. Однако хотелось бы вернуться к рассказу А. П. Чехова «Правила для начинающих авторов», к совету № 14: «Давая волю фантазии, приудержи руку. Не давай ей гнаться за количеством строк. Чем короче и реже ты пишешь, тем больше и чаще тебя печатают. Краткость вообще не портит дела. Растянутая резинка стирает карандаш нисколько не лучше нерастянутой» [19].

Ссылки на источники

1. Чехов А. П. Правила для начинающих авторов // Чехов А. П. Лошадиная фамилия: сб. рассказов. – М.: АТС: Москва, 2007. – С. 40.
2. Пушкин А. С. Евгений Онегин // Пушкин А. С. Полное собрание сочинений: в 17 т. Т. 6. – М., 1995.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: ЭКСМО, 2009. – С. 956.
4. Носов Н. Незнайка на Луне: роман-сказка. – М.: Дет. лит., 1985. – С. 462. – Далее ссылки на это издание даются в круглых скобках с указанием страниц.
5. Конституция Российской Федерации. Ст. 8. П. 2 // Российская газета. – 2009. – 21 янв. – URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013). Ст. 222. П. 1 // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=153956.
7. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 28.12.2013) (с изм. и доп., вступ. в силу с 21.01.2014). Ст. 171. П. 1 // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 25. – URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=149921.
8. Чехов А. П. Общее образование // Чехов А. П. Лошадиная фамилия: сб. рассказов. – С. 265.
9. Там же. – С. 266–267.
10. Там же. – С. 268–269.
11. Там же. – С. 267.
12. Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ (ред. от 25.11.2013) «Об обращении лекарственных средств». Ст. 45. П. 5 // Российская газета. – 2010. – 14 апр. – URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=154777.
13. Чехов А. П. Общее образование. – С. 269.
14. Там же.
15. Куприн И. А. Яма: роман. – Тула: Пересвет, 1992. – С. 285.
16. Ильф А., Петров Е. П. Двенадцать стульев // Ильф И. А., Петров Е. П. Двенадцать стульев. Золотой теленок: романы. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1991. – С. 1–252.
17. Конан-Дойл А. Тень грядущего // Трагедия пассажиров «Короско» / пер. англ. М. Б. Антоновой, П. А. Гелевы. – М.: GELEOS Publishing House; АрхивКонсалт, 2010. – С. 298–318.
18. Генри О. Короли и капуста // Рыцарь удачи: рассказы О. Генри / [пер. с англ., предисл. Д. Корнейчука]. – М.: Эксмо, 2009. – С. 15–194.
19. Чехов А. П. Правила для начинающих авторов. – С. 41.

Tatyana Temyakova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the chair of tourism and heritage, Saratov State University after N. G. Chernyshevsky, Institute of History and International Relations, Saratov
temykova@yandex.ru

ISSN 2304-120X
03
9 772304 120142

The possibility of using the Russian prose in the study of the competitive strategies of economic agents

Abstract. The author focuses on the using the literary and economic approach to the competitive strategy analysis. This approach is based on the study of the competitive strategies, used by heroes, created by writers in their literary works. It means that the competitive actions of literary heroes have been explicated through the conceptions, which are used in teaching economic disciplines.

Key words: competitive strategy, competition, teaching methods, literary and economic approach.

References

1. Chehov, A.P. (2007), “Pravila dlja nachinajushhih avtorov”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik*, M.: ATS, Moscow, pp. 38–41.
2. Pushkin, A. S. (1995), “Evgeniy Onegin”, Pushkin A. S. *Polnoe sobranie sochinenii: v 17 t.*, Vol. 6, Moscow.
3. Smit, A. (2009) *Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov*, JeKSMO, Moscow, p. 956.
4. Nosov, N. (1985*) Neznajka na Lune: Roman-skazka*, Detskaja literatura, Moscow, p. 462.
5. “Konstitucija Rossijskoj Federacii” (2009), *Rossijskaja gazeta*, 21 janvarja. Available at: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875 [Data obrashhenija 27.01.2014].
6. “Grazhdanskij kodeks Rossijskoj Federacii (chast' pervaja) ot 30.11.1994 № 51-FZ (red. ot 02.11.2013)” (1994), *Sobranie zakonodatel'stva RF*, № 32. Available at: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=153956 [Data obrashhenija 27.01.2014].
7. “Ugolovnyj kodeks Rossijskoj Federacii ot 13.06.1996 N 63-FZ (red. ot 28.12.2013) (s izm. i dop., vstup. v silu s 21.01.2014)” (1996), *Sobranie zakonodatel'stva RF*, № 25, st. 2954. Available at: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=149921 [Data obrashhenija 27.01.2014].
8. Chehov, A.P. (2007) “Obshhee obrazovanie”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik,* M.: ATS, Moscow, pp. 265–269.
9. Chehov, A.P. (2007) “Obshhee obrazovanie”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik,* M.: ATS, Moscow, p. 265–269.
10. Chehov, A.P. (2007) “Obshhee obrazovanie”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik,* M.: ATS, Moscow, pp. 265–269.
11. Chehov, A.P. (2007) “Obshhee obrazovanie”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik,* M.: ATS, Moscow, pp. 265–269.
12. “Federal'nyj zakon ot 12.04.2010 № 61-FZ (red. ot 25.11.2013) “Ob obrashhenii lekarstvennyh sredstv” (2010), *Rossijskaja gazeta,* 14 apr. Available at: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=154777 [Data obrashhenija 27.01.2014].
13. Chehov, A.P. (2007) “Obshhee obrazovanie”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik,* M.: ATS, Moscow, p. 269.
14. Chehov, A.P. (2007) “Obshhee obrazovanie”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik,* M.: ATS, Moscow, p. 269.
15. Kuprin, I.A. (1992) *Jama / Roman*, Peresvet, Tula, p. 285.
16. Il'f, A. and Petrov, E.P. (1991) “Dvenadcat' stul'ev”, Il'f I.A. and Petrov E.P. *Dvenadcat' stul'ev; Zolotoj telenok: Romany*, Izd-vo Sarat. un-ta, Saratov, pp. 1–252.
17. Konan-Dojl, A. (2010) “Ten' grjadushhego”, in *Tragedija passazhirov “Korosko”*; perevod s angl. M.B. Antonovoj, P.A. Gelevy, GELEOS Publishing House; ArhivKonsalt, Moscow, p. 298–318
18. Genri, O. (2009) “Koroli i kapusta”, in *Rycar' udachi: rasskazy O. Genri*; [per. s angl., predisl. D. Kornejchuka], Jeksmo, Moscow, pp. 15–194.
19. Chehov, A.P. (2007), “Pravila dlja nachinajushhih avtorov”, Chehov A.P. *Loshadinaja familija: sbornik*, M.: ATS, Moscow, pp. 38–41.

Рекомендовано к публикации:
Горевым П. М., кандидатом педагогических наук, главным редактором журнала «Концепт»