the gap between the expected patient service and staff perceptions of the service provided. Identify highly significant micro attribute loyalty, allowing to improve the competitiveness SHCI and available for development in resource-limited settings.

ТРАДИЦИОННЫЕ ПАТТЕРНЫ РОССИЙСКОЙ И ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛЬТУР КАК БАЗИС ДЛЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ СОДЕРЖАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Чибир Е.В.[1], Макарова Е.Е.[2]

1 ГБОУ ВПО «НИ Томский политехнический университет», Томск, Россия
(634050, Томск, пр. Ленина, 40), e-mail: chibirelena@rambler.ru
2 ГБОУ ВПО «Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники»»,
Томск, Россия (634050, Томск, пр. Ленина, 30),
e-mail: evaforum2012@gmail.com

Мировая экономика меняется содержательно: акцент смещается с товаров и услуг в сторону впечатлений. Особо актуальными становятся исследования тех маркетинговых коммуникаций, которые могут помочь в трансляции требуемого эмоционального контента на целевую группу. Достаточно эффективными при учете не только экономических, но и культурно-исторических особенностей целевой аудитории могут быть специальные события. Учет национальных паттернов при организации и управлении специальными событиями позволяет максимально приблизить транслируемое послание к глубинным формам восприятия информации человеком, что делает его активным реципиентом передаваемого контента. В данной статье предпринята попытка сравнительного анализа европейских и российских паттернов для объяснения степени различия восприятия, а, следовательно, и их экономической целесообразности.

TRADITIONAL PATTERNS OF RUSSIAN AND EUROPEAN CULTURES AS A BASIS OF SPECIAL EVENTS CONTENT DIFFERENTIATION

Chibir E.V.[1], Makarova E.E.[2]

1 National Research Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia (634050, Tomsk, Leninaave, 40),
e-mail: chibirelena@rambler.ru
2 Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, Tomsk, Russia
(634050, Tomsk, Leninaave, 30),
e-mail: evaforum2012@gmail.com

The global economy is changing the shift in emphasis from goods and services to the impression content of production. The investigations of marketing communications that can provide demanded emotional content to a target group are the most requested. Special events can be suggested as efficient ones in the case of involving economic, cultural and historical particularities of a target auditorium to attract potential clients to producing goods and services by translating information and required impressions both. Orientation of special events organizing and management on national patterns gives a possibility to make a massage close to inner forms of acceptance information by a human that helps to make them an active recipient of translating content. The authors make an attempt of comparative study of European and Russian patterns to explain the differences in apprehension of special events and, as a consequence, in their economic efficiency.

ВЛИЯНИЕ ПРОБЛЕМ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Чистякова А.В.

ОАО «ОКБМ Африкантов», Нижний Новгород, Россия
(603074, Нижний Новгород, Бурнаковский проезд, 15),
e-mail: Chistiakova@okbm.nnov.ru

Определено понятие и сущность процесса глобализации. Сделан прогноз относительно того, что в связи с глобализацией общий объем уровня мирового потребления энергоресурсов вряд ли будет сокращаться, наоборот, он может расти в силу развития производственной и социальной сфер жизнедеятельности человека. Проведен анализ перспектив развития атомной промышленности с учетом влияния проблем глобализации. Выявлены тенденции финансирования программ развития атомной энергетики в различных странах после событий на Фукусиме. Отражены причины госфинансирования и госинвестиций атомной энергетики в Российской Федерации и основные факторы устойчивости энергомашиностроительных компаний в условиях глобальной конкуренции. Выявлены основные конкурентные преимущества ГК «Росатом» в развитии и продвижении атомных технологий в мире. Представлены позиции ОАО «Атомэнергомаш» в мировом энергетическом машиностроении.