

Министерство образования и науки Российской Федерации
Казахский университет экономики, финансов и международной торговли (Республика Казахстан)
Университет города Жилина (Словацкая Республика)
Российско-Армянский (Славянский) университет (Республика Армения)
Академия повышения квалификации и профессиональной
переподготовки работников образования
Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Филиал Уральского государственного экономического университета в г. Нижний Тагил



Уральский государственный экономический университет

КУЛЬТУРА И БИЗНЕС: АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

М а т е р и а л ы
Международной научно-практической конференции

(Нижний Тагил, 27–28 ноября 2014 г.)

Екатеринбург
2015

Министерство образования и науки Российской Федерации
Казахский университет экономики, финансов и международной торговли (Республика Казахстан)
Университет города Жилина (Словацкая Республика)
Российско-Армянский (Славянский) университет (Республика Армения)
Академия повышения квалификации и профессиональной
переподготовки работников образования
Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет
Казанский (Приволжский) федеральный университет
Филиал Уральского государственного экономического университета в г. Нижний Тагил



Уральский государственный экономический университет

КУЛЬТУРА И БИЗНЕС: АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Материалы
Международной научно-практической конференции

(Нижний Тагил, 27–28 ноября 2014 г.)

Екатеринбург
Издательство Уральского государственного
экономического университета
2015

УДК 71+65.29
ББК 334+008
К 90

Ответственный за выпуск

доктор педагогических наук, профессор,
заместитель директора по научной работе
филиала Уральского государственного экономического университета
в г. Нижний Тагил
Г. С. Голошумова

К 90 **Культура и бизнес : аспекты взаимодействия** [Текст] : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Нижний Тагил, 27–28 ноября 2014 г.) / [отв. за вып. Г. С. Голошумова]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. – 297 с.

В сборнике представлены результаты исследований участников Международной научно-практической конференции «Культура и бизнес: аспекты взаимодействия». Материалы изложены в двух частях:

в части 1 «Технология и практика инновационного развития бизнес-процессов» рассмотрены вопросы корпоративной социальной ответственности, развития бизнес-культур, ведения «женского» бизнеса, предпринимательства как культурного феномена и др.;

в части 2 «Социокультурные основы подготовки кадров в условиях новой экономики» исследована специфика интегрированного обучения, формирования и развития региональных систем профобразования, совершенствования обучения в условиях информатизации социума и др.

Для магистрантов, аспирантов, преподавателей вузов, учащихся колледжей и техникумов, а также для широкого круга читателей.

УДК 71+65.29
ББК 334+008

© Авторы, указанные в содержании, 2015
© Уральский государственный
экономический университет, 2015
© Филиал Уральского государственного
экономического университета
в г. Нижний Тагил, 2015

Часть 1

Технология и практика инновационного развития бизнес-процессов

А. А. Аветисян

Мотивы и результаты корпоративной социальной ответственности

Словосочетание «корпоративная социальная ответственность» сегодня все чаще и чаще можно услышать не только в деловых кругах, но и из уст простого населения. В чем же причина этого, казалось бы внезапного, роста интереса к этой теме? К сегодняшнему дню роль бизнеса в развитии общества значительно возросла, требования к открытости в бизнесе также повысились. Многие компании прекрасно понимают, что для успешного ведения бизнеса функционирование в изолированном пространстве невозможно. Интеграция принципа корпоративной социальной ответственности в бизнес-стратегию стала важной характерной чертой ведущих компаний в мире.

Так что же такое корпоративная социальная ответственность? В 2001 г. Европейским Комитетом корпоративная социальная ответственность (Corporate Social Responsibility – CSR) была определена как добровольный вклад бизнеса в окружающую среду, социальное единство, качество рабочих мест и конкурентоспособность [1]. Фактическая роль корпоративной социальной ответственности в решении этих проблем все еще оспаривается, однако на этом я не буду особо заострять свое внимание.

Очевидно, что фирмы/корпорации не просто так «безвозмездно» вкладывают свои средства, ресурсы в защиту окружающей среды, например. У каждого бизнеса обязательно есть свои мотивы корпоративной социальной ответственности. Также корпоративная социальная ответственность имеет разные формы и, как следствие, дает разные результаты. Таким образом, в данной работе я собираюсь разобраться с мотивами, формами и результатами корпоративной социальной ответственности. Целью работы я поставила следующее: показать необходимость CSR для бизнеса, а также найти примеры и перспективы развития CSR в Армении.

Концептуально, CSR – это взаимодействие окружающей среды компании с более широкой социальной, экономической, политической и экологической средой [2]. Таким образом, политика CSR, которой придерживается компания, влияет не только на окружающую среду компании, но и на более широкую внешнюю среду.

Мотивы CSR: управление отношением к компании внутренних и внешних заинтересованных лиц (это может быть мотивация работников, принятие/не осуждение деятельности компании со стороны общества, повышение уровня доверия бизнесу), получение конкурентного преимущества.

При большей детализации мотивов корпоративной социальной ответственности можно выделить следующие мотивы CSR:

- 1) улучшение имиджа компании, рост репутации;
- 2) реклама товара или услуги;
- 3) освещение деятельности компании в СМИ (чем не дополнительная реклама);
- 4) стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
- 5) высокая возможность привлечения инвестиционного капитала (бизнесы, имеющие в своем арсенале реализованные программы CSR более привлекательны для инвесторов – если компанию помимо своей основной деятельности интересуют социальные проблемы общества, то ей определенно можно доверять);
- 6) избежание текучести кадров, привлечение лучших специалистов на рынке.
- 7) рост производительности труда в компании (повышение мотивации сотрудников в работе компании);
- 8) сохранение социальной стабильности в обществе в целом;
- 9) налоговые льготы (социально ответственным компаниям обычно предоставляются налоговые льготы – как бонус или поощрение дальнейшего развития компании в направлении социальной ответственности) и др.

Можно сказать, что CSR – это своего рода интеграция социальных проблем и проблем окружающей среды в бизнес-операции компании. Речь идет о предприятиях, которые решили выйти за рамки минимальных законодательных требований и обязательств, вытекающих из коллективных договоров, в целях удовлетворения общественных потребностей. Я думаю, главным аспектом корпоративной социальной ответственности является ее добровольный характер – компании сами решают, выходить им за эти рамки или нет. Таким образом, корпоративная социальная ответственность «убивает сразу двух зайцев»: решает экономические, экологические, социальные и другие общественные проблемы, и, при этом, повышает статус компании, применяющей политику CSR, и дает ей ряд преимуществ, которые были перечислены мной выше.

Если рассматривать виды корпоративной социальной ответственности в следующем разрезе: бизнес самостоятельно определяет меру своего вклада в развитие общества или официальные и неофициальные институты производят согласование общественных интересов, которые затем трансформируются в обязательные требования к бизнесу, то CSR можно

разделить на 2 формы – открытая (модель США) и закрытая (европейская модель) [3]. Открытая модель предполагает добровольное и самостоятельное определение линий поведения, программ и стратегий бизнеса относительно социальной ответственности. Закрытая модель же подразумевает ценности, нормы и правила, которые зачастую ведут к обязательным требованиям в отношении бизнесов в вопросах, которые, исходя из общественных, политических и экономических интересов, официальные и неофициальные институты страны рассматривают как надлежащие и обоснованные обязанности юридических лиц [4].

Итак, корпоративная социальная ответственность – важная и необходимая составляющая практически любого крупного бизнеса. Однако то, что принято в мире, далеко не всегда принимается со стороны российского бизнеса.

Библиографический список

1. *Impact Measurement and Performance Analysis of CSR*. URL : <http://www.csr-impact.eu>.
2. *Evaluations of CSR performance and impact as seen by key factors other than business* // Work Package 1 // Peter Hardi, CEU ; Gergely Radacsi, CEU ; Katharina Schmitt, Oeko-Institute. V. 19.07.2012.
3. *Matten D., Moon J. «Implicit» and «Explicit» CSR: A Conceptual Framework for Understanding CSR in Europe* // Habish A., Jonker J., Wegner M., Schmidpeter R. (eds.) *CSR Across Europe*. Germany : Springer, 2004.
4. *Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год* / под общ. ред. С. Е. Литовченко. М., 2004.

А. А. Аветисян

Пенсионное обеспечение сотрудников как составляющая корпоративной социальной ответственности

«Корпоративная социальная ответственность – это отвечающая специфике и уровню развития корпорации, регулярно пересматриваемая и динамично изменяющаяся совокупность обязательств, добровольно (или в силу обстоятельств) и согласованно вырабатываемых с участием заинтересованных сторон, принимаемых руководством компании с учетом мнений персонала и акционеров, выполняемых в основном за счет средств корпорации и нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию компании (рост объемов производства, повышение качества продукции и услуг и др.), улучшению ее репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями» [1]. Таким образом, корпоративная пенсионная программа представляет

с собой комплекс мер и правил по определению порядка взаимодействия корпоративного управления с финансовыми институтами, вовлеченными в создание и дальнейшую разработку таких программ, профсоюзов и трудовых ресурсов – с целью сбалансированного начисления и выплаты пенсий сотрудникам корпорации. Корпоративные пенсионные программы могут различаться по степени вовлеченности и участия работников в программе, по природе участия соответствующих субъектов, по видам сбережений, характеру и методологии пенсионных выплат, механизмам наследования, используемому типу пенсионной схемы. Предметом данного исследования является концепция корпоративного пенсионного обеспечения – корпоративных пенсионных программ как неотъемлемой составляющей корпоративной социальной культуры. Социально ответственные компании обеспечивают негосударственные пенсионные программы, включающие в себя совместное формирование пенсионных накоплений как со стороны работников, так и со стороны работодателей.

Корпоративные программы в области пенсионного обеспечения в развитых странах на протяжении уже нескольких десятилетий являются неотъемлемой частью корпоративной социальной ответственности (CSR). Корпоративная социальная ответственность как составляющая политики стратегического развития компании позволяет ей формировать позитивный имидж на рынке, взаимодействовать с органами государственной власти и различными общественными организациями, развивать бизнес в точки зрения повышения его эффективности и создания новых рабочих мест, своевременно и в полном объеме уплачивать налоги, соблюдать экологические и социальные стандарты, следить за здоровьем и безопасностью, а также развитием и социальным обеспечением сотрудников. Основные формы участия корпораций в пенсионной системе включают выплату соответствующих налогов, оплату страховых премий во внебюджетные фонды, участие в программе софинансирования пенсий, разработка корпоративных пенсионных планов для работников (членов семьи, людей в регионе, и где корпорация работает, а также страны в целом); выплата финансовой помощи пенсионерам – бывшим сотрудникам корпорации, учреждение/соучреждение негосударственных пенсионных фондов, а также социальные инвестиции, например, в региональную экономику, или в страну в целом. Для реализации корпоративной пенсионной программы необходимо построить пенсионный план, определить круг участников, выбрать финансовое учреждение для реализации программы, заключить соответствующие соглашения, рассчитать стоимости программы. Работодатель совместно с фондом (другим финансовым учреждением или без него) и в соответствии с применимым законодательством определяет правила назначения и расчета пенсий, размер взносов, правила и случаи исключения работников из программы.

Таким образом, корпоративные пенсионные программы представляют собой комплекс мер и правил, которые определяют порядок взаимодействия компании с финансовыми учреждениями, участвующими в создании и дальнейшем развитии таких программ, профсоюзами и трудовыми ресурсами в целях создания функциональной системы начисления и выплаты пенсий работникам компании. Эти программы могут быть установлены в коллективных договорах и общих (промышленных) соглашениях, заключенных между работниками, работодателями и правительством. Помимо этого, негосударственные пенсии могут предоставляться работникам в качестве льгот и компенсаций. На сегодняшний день в российских корпорациях, где созданы и действуют система корпоративных пенсий, уровень пенсий позволяет обеспечивать работникам, совместно с государством, более 40% потерянного заработка.

Корпоративная пенсионная программа – это формальное соглашение между компанией и ее сотрудниками – или профсоюзом, которое обеспечивает пенсионное финансирование работников. Этот пул средств может финансироваться различными способами, и, в конечном итоге будет использоваться для периодических выплат пенсионерам. В такой программе, как правило, регулярные взносы осуществляет как работодатель, так и работники. В прошлом работодатели полностью отвечали за эти взносы, основываясь на типе работы, стаже и занимаемой должности работников. На сегодняшний день в системе корпоративного пенсионного обеспечения действуют индивидуальные и корпоративные схемы. В случае индивидуальных схем работник отчисляет деньги на свой индивидуальный счет, открытый для него со стороны управляющей компании. В случае корпоративных схем работодатель получает возможность участвовать в отчислениях работников, так что он может действовать определенным образом на улучшении отношений с работниками при помощи мотивации соответствующих сотрудников. В частности, эти схемы предполагают, что работодатель является собственником накопленных на счет сотрудников средств – до определенного времени, и если работник выходит с работы раньше времени, то у работодателя появляются рычаги воздействия в этих схемах. Например, работодатель имеет право по своему усмотрению, платить всю накопленную сумму или только часть, что зависит от индивидуального случая, например, времени, производительности, или других параметров, которые работодатель не обязательно включил в эти схемы.

Среди некоторых российских компаний также действуют программы корпоративного пенсионного обеспечения в рамках корпоративной социальной ответственности, ряд компаний только начинает разрабатывать и применять такие программы. Современный этап развития корпоративных социальных программ в области пенсионного обеспечения в России имеет ряд особенностей. Во-первых, эти программы в основном действуют только в крупных предприятиях и представительствах иностранных

компаний, а средний и малый бизнес дополнительные пенсионные выплаты для своих сотрудников почти не осуществляет. Во-вторых, все большие обороты набирают паритетные программы, где отчисления в корпоративный пенсионный фонд осуществляются как со стороны работников, так и со стороны работодателей. Помимо этого, некоторые компании предоставляют дополнительную финансовую помощь работникам, только вышедшим на пенсию. Интенсивность пенсионных инвестиций в корпорации напрямую зависит от уровня развития бизнеса и экономики. Между тем, в развитых странах, где налажен механизм оценки корпоративных социальных мероприятий, при условии достаточно высокого уровня прозрачности отношений между бизнесом, государством и гражданским обществом, существует сильная корреляция между социально ответственным поведением и стоимостью корпорации.

Состояние пенсионной системы Российской Федерации показывает необходимость постановки задач создания дополнительных источников пенсионных накоплений для населения, и развитие корпоративных пенсионных программ может сыграть главную роль в решении этой проблемы. Вопросы корпоративного пенсионного обеспечения в Российской Федерации имеют достаточно слабую законодательную основу. Работодатель может как внедрить, так и остановить корпоративную пенсионную программу без каких-либо последствий и не неся никакой ответственности за тех, кто уже был включен в эту программу. Разработка комплекса мер по стимулированию реализации таких программ со стороны государства носит неопределенный характер, имеет место терминологическая неопределенность, отсутствие программного обеспечения и единой методологии нефинансовой корпоративной отчетности по корпоративным пенсионным программам.

В 2004 г. в России была принята Социальная хартия российского бизнеса – «свод основополагающих принципов ответственной деловой практики, в котором прописаны взаимоотношения работника с работодателем, институтами гражданского общества, властными структурами, местным сообществом, обозначены принципы, связанные с экологической безопасностью» [2], которая признана международным договором ООН и принципы которой соответствуют международному стандарту ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» [3]. Согласно официальному сайту Российского союза промышленников и предпринимателей на сегодняшний день в Социальную хартию российского бизнеса входят 254 организации – объединения, компании производственного сектора, банки, финансовые, консалтинговые, аудиторские компании, а также другие некоммерческие, общественные и учебные организации, что составляет более 6 миллионов работников [4].

Таким образом, корпоративные пенсионные программы по своей сути имеют следующие особенности:

обеспечивают долгосрочные отношения между сотрудником и работодателем;

отсутствуют ограничения на возраст сотрудника, однако, чем старше сотрудник – тем меньше будут его накопленные средства;

каждый контракт должен содержать информацию, позволяющую работнику максимально правильно оценить ожидаемые риски, политику вложений и контроля со стороны профессионалов;

у работников-участников корпоративной пенсионной программы есть возможность снятия части накопленной суммы;

наконец, решается проблема переложения бремени пенсионного обеспечения «родителей» на «детей».

Имплементация корпоративных пенсионных программ позволит переложить бремя пенсионного обеспечения работающего населения с плеч государства на корпорации, крупные компании, корпоративные пенсионные фонды, при этом государство должно поддерживать, стимулировать и не препятствовать развитию корпоративного пенсионного страхования, как с экономической, так и с правовой точки зрения. Таким образом, данный вид пенсионного страхования выгоден и для населения, и для государства, и для корпораций, стремящихся поддерживать образ социально ответственных организаций.

Библиографический список

1. *The Challenges of Corporate Social Responsibility. Towards Constructive Partnership* // The Phillip Morris Institute for Public Policy Research ASBL. Brussels, Belgium, 2000.
2. *Социальная хартия российского бизнеса*. URL : <http://rspp.ru/simplepage/474>.
3. *ISO 26000:2010*. Руководство по социальной ответственности (ISO 26000:2010 «Guidance on social responsibility»). URL : <http://media.rspp.ru/document/1/6/4/64150d953949a8b84b2e0c315e8e4318.pdf>.
4. *Реестр организаций-участников Социальной хартии*. URL : <http://rspp.ru/simplepage/158>.

S. D. Alekseeva, L. M. Kapustina

The problems of Yekaterinburg brand formation

In article the author considers territory branding and analyses the changes in image of Yekaterinburg.

Brand creation and promotion is one of the most actual topics in the international practice of marketing activity of organisations and countries. So in recent 10 years the problems of branding and rebranding have gained special importance in Russia as well. At current level of market relations development there is competition between the regions and cities and developing territories of Russia for consumers, namely, for investors, tourists, dwellers. They also take part in global city competition. Now the activities aimed at creating a positive territory image are growing more significant for the authorities. Cities and other

municipal units do not only offer goods and services, jobs and a place to live, but they also represent a brand and inspire a certain degree of trust.

A city brand gives information about a city «through a well-functioning system of bright and positive symbols, signals, ideas, associations that successfully convey the meaning, the beauty, the competitive advantages and the uniqueness of the city due to which it becomes famous and attractive» [1, p. 10].

This article dwells on the process of Yekaterinburg brand positioning and formation within the territory of Russia and on the global scale.

Yekaterinburg is the city that has faced vast changes in recent 20 years in all aspects of life, including the political, economical, social, cultural and urban planning ones. What was Yekaterinburg like and what was it associated with 10 years ago? Historically the city is connected with the career rise of the first President of the Russian Federation B. N. Yeltsin and with the execution of the Tsar family, the latter casting a shadow at the city's image. If we analyse the contribution of Yekaterinburg to our country's economy, it is seen as the centre of heavy industry manufacturing, and the Middle Urals – as «the caryatid of the dominion». Yekaterinburg has acquired the self-created image of «an industrial centre, the city of machine-building, defence industry and metallurgy workers», which remains until nowadays. Such a brand, apart from representing a serious claim for firm positioning along with other cities, also implies the image of ecologically unfavourable region, overcrowded with heavy industry and defence industry plants.

If we turn to the international image of Yekaterinburg, the research carried out in 2003 shows quite predictable results. The Ministry of international relations and external economic links conducted a sociological survey called «Yekaterinburg Through the Eyes of Foreigners». The part of experts was given to the heads of diplomatic missions, foreign entrepreneurs and scientists who had lived in Yekaterinburg for at least a year. Citizens of the USA, Japan, Germany, Great Britain, France, Czech Republic, Kyrgyzstan, Mongolia, Belarus, Australia and Ireland were among the experts. The notion of Yekaterinburg abroad is quite vague, or too unrealistic. Even nowadays it is believed that there are bears in the streets, the ground is ever-frozen, and people live in cabins [2]. According to the respondents, most their fellow citizens do not suspect about the very existence of Yekaterinburg, thinking there are only Moscow, St. Petersburg, boreal forests and Siberia.

Such was the state of affairs 10 years ago. What is the situation in 2013, and what has changed in the city's image, positioning, appearance and its brand?

Currently, owing to the city's active participation in various international projects, forums, exhibitions, and particularly due to its struggle to get the right for hosting EXPO-2020 world exhibition, the problem of creating a positive brand for our city is becoming increasingly urgent. Therefore, we face a task of creating a positive, dynamic, modern, attractive brand holding appeal to both internal and external target audiences.

Yekaterinburg is seen as the city of tall buildings, glass-and-concrete shopping malls and hotels, a city with the developed transport infrastructure and a modern spacious international airport, a city boasting a lot of entertainment facilities (restaurants, bowling alleys, clubs, etc.). Along with this, the city demonstrates certain provincial traits in its architecture; there are merchants' mansions, wooden houses, collective gardens in its territory. The ideas about Yekaterinburg's city space vary. One can spot contradiction in the city images, which indicates the problem of absence of the complete, settled image.

At the same time, Yekaterinburg is a fast-growing city that takes part in national and international projects, such as SCO summit, World Football Cup 2018, Ural international industrial exhibition «Innoprom», International cooperation forum of Russia and Kazakhstan, and many other top-level events involving heads of states. The application requesting to host the world exhibition EXPO-2020 has been registered. The abovementioned conditions make it obvious that it is necessary to devise effective branding strategies of the city.

In the course of the strategic plan of city development the programme «Yekaterinburg, the megapolice of culture and art» has been designed. The aim of this programme is «to support and develop the sphere of culture in the city, to raise the level of cultural and intellectual development of the citizens and to satisfy their need for free cultural and creative self-realisation, the combination of which is to establish the conditions for steady development of actual cultural innovations in the city's cultural space demanded by regional, federal and global culture». The programme has it that the realisation of high-priority events by 2020 will allow us to create and consolidate the positive image of Yekaterinburg as a global tolerant megapolice of art and culture [3].

I tend to think that a city's brand should be based on positive mottos and slogans that would combine common global values, as well as national and regional traits. For instance, we consider the slogan «Yekaterinburg is the cultural centre of the Urals» successful. The city has 50 museums, 24 theatres, 18 cinemas and the philharmony. It is worth pointing out the Ural industrial biennial of contemporary art, exhibitions by the local Regional studies museum, the «Mineral-show» exhibition-fair, and a lot more in the sphere of culture. Besides, positioning Yekaterinburg and the Urals as a mysterious land with its breathtaking forests and immense wealth will give its brand a shade of national and regional uniqueness.

The process of Yekaterinburg brand formation is going on. It can be concluded that the general conception is to position the city as a convenient, safe place, possessing all the necessary infrastructure for hosting international events like summits, top-level meetings, military machinery and weaponry exhibitions, industrial and innovational displays, sport competitions of different levels, and other international projects.

Bibliography

1. *Vizgalov D.* City Branding. М., 2011.
2. *Ekaterinburg outlandish* // Business Quarter, News. 13.01.2003. URL : <http://ekb.dkvar-tal.ru/news/ekaterinburg-chuzheststrannyj-236607066>.
3. *Information* portal of Ekaterinburg [Electronic source] Ekaterinburg – Megapolis of art and culture URL : http://ekaterinburgpr.pf/officially/strategy_plan/strat_text/razdel3/napravlenie_1/culture.

Г. А. Арутюнян

Налогово-бюджетная политика в Республике Армения

Главными средствами перераспределения доходов и наиболее важными орудиями государственного регулирования экономики и экономической политики являются бюджет и налоги. Это тесно связанные категории, поэтому часто говорят о налогово-бюджетной политике.

Основными рычагами налогово-бюджетной политики государства являются изменения налоговых ставок, базы налогообложения, видов налогов, их количества, размеров государственных расходов или их направлений в соответствии с конкретными целями общества. Разработка фискальной политики – задача законодательных органов страны, поскольку именно они контролируют налогообложение и расходование средств государственного бюджета.

Армения как и любая другая страна, основанная на принципах рыночной экономики, имеет свою налогово-бюджетную политику. И для выявления эффективности применяемой фискальной политики необходимо рассмотреть и применяемую политику государственных расходов, и налоговую политику.

Расходы государственного бюджета. Одним из мощных инструментов налогово-бюджетной политики, воздействующих на развитие экономики, является государственные расходы. Через данный инструмент осуществляется перераспределение от 1/3 до 1/2 ВВП современных государств. При этом развитые страны поддерживают уровень расходов бюджетной системы государства в пределах 40–60% ВВП.

Что же касается Армении, то уровень расходов бюджетной системы по данным 2013 г. в абсолютном значении составил 1170 млрд драм, а в относительном значении всего лишь 27,4% от ВВП [3].

Более чем четырехкратное увеличение уровня государственных расходов в течение последнего столетия (с 10% ВВП в конце XIX века до 40–50% ВВП в конце XX века и в настоящее время) объясняется резко возросшей ролью НТП в генерировании экономического роста. Это потребовало резкого наращивания расходов на воспроизводство человеческого капитала, доля которого в структуре совокупного капитала развитых стран за последние сто лет выросла с 1/3 до 2/3. И в настоящее время еже-

годный прирост инвестиций в образование составляет 3,4%, что в 1,5 раза больше в сравнении с инвестициями в основные фонды.

В силу специфической открытости науки и образования для общего пользования и невозможности приватизации знаний, государство вынуждено финансировать около половины совокупных расходов на НИОКР и подавляющую часть расходов на образование. Так, анализ эффективности накопления человеческого капитала в зависимости от соотношения государственного и частного финансирования эмпирически подтвердил оптимальность полного государственного финансирования среднего образования и 75%-го – высшего. Растущая ценность человеческого капитала предопределила и рост государственных расходов на здравоохранение. Именно за счет этих составляющих произошло многократное увеличение расходов государства, которое в условиях современного НТП вынуждено стать государством развития, приняв на себя обязательства по финансированию расходов на воспроизводство интеллектуально-человеческого потенциала и генерирование новых знаний [2, с. 2].

Согласно введенному экономистом С. М. Роговым подходу разделения функций государства на традиционные (общее управление, оборона и правопорядок) и современные (образование, здравоохранение, наука и социальное обеспечение), можно увидеть, что сегодня в мире через государственные бюджеты тратится в среднем на современные функции 26-28% ВВП, а на традиционные – только 4–5% ВВП.

В противовес мировой закономерности увеличения государственных расходов на выполнение современных функций государства, в Армении значимая часть государственных расходов идет на выполнение традиционных функций. По данным 2013 г. расходы на традиционные функции государства в Армении составляют 10% от ВВП [3, с. 9–10], что превышает среднемировой показатель свыше 2 раз, а показатель развитых стран почти в три раза. Следует отметить, что с каждым годом расходы на оборону и правопорядок в Армении значительно увеличиваются, несмотря на неутешительное состояние государственного бюджета.

Что же касается расходов на современные функции государства, то Армения по данным 2013 г. потратила в размере 11,3% от ВВП [3, с. 9–10], что в 2–3 раза меньше среднемирового показателя.

Таким образом, в Армении соотношение расходов на традиционные и современные функции составляет 1:1, подобно государству образца XIX века. В отличие от Армении в развитых и развивающихся странах данные соотношения составляют соответственно 1:9,4 и 1:4,8.

Как видно, структура расходов государственного бюджета РА значительно отличается от общепринятых в мире стандартов.

Учитывая мировой опыт, можно оценить параметры финансирования важнейших государственных функций, соответствующие современным требованиям. Так, расходы на здравоохранение должны составлять от

5% к ВВП (минимально допустимый уровень, рекомендуемый Всемирной организацией здравоохранения) до 10% (уровень наиболее благополучных стран). Расходы на науку – от 1,5 до 3% к ВВП. На образование – от 5 до 7% к ВВП [2, с. 3–4]. В государственном бюджете Армении за 2013 г. данные расходы вместе не превышают 4% от ВВП.[3, с. 9–10] Это существенно меньше уровня расходов на вышеуказанные цели, отводимые не только центральными правительствами развитых стран (16% к ВВП), но и находящимися с нами в одной категории странами с развивающейся экономикой (9,5% к ВВП).

На основании выше изложенного можно сделать вывод, что политика РА по государственным расходам не является достаточно эффективной. И для того, чтобы повысить эффективность политики государственных расходов, необходимо придерживаться опыта развитых стран, т. е. увеличить те расходы, которые будут направлены на выполнение современных функций государства, в частности, на развитие образования и здравоохранения.

Доходы государственного бюджета. Другим важнейшим инструментом налогово-бюджетной политики является налог. Он является основным источником поступлений в доходную часть бюджета, т. е. через налоги государство получает в свое распоряжение ресурсы, необходимые для выполнения своих общественных функций. При этом, в развитых странах налоговый доход бюджета составляет 30-50% от ВВП.

Что же касается Армении, то общие поступления от налогов и пошлин по данным 2013 года составляют 23,9% от ВВП [3, с. 9–10].

Наряду с размером налоговых поступлений, важное значение имеет также структура налоговых доходов.

Как и в большинстве стран, налоговая система Армении построена на соотношении прямых и косвенных налогов. В рыночных условиях хозяйствования это соотношение зависит, прежде всего, от следующих факторов:

- от эффективности применяемой налоговой политики;
- от степени развитости экономики страны;
- от среднего уровня доходов в стране, то есть чем выше уровень доходов, тем продуктивнее использование прямых налогов;
- от структуры населения. Если существует проблема прогрессирующего старения нации, с которой столкнулась Япония, то это приведет к росту доли косвенных налогов, так как в противном случае повышение доли прямых налогов означало бы непомерное увеличение бремени для трудоспособного населения [1, с. 137].

В настоящее время косвенные налоги являются основными источниками обеспечения доходов государственного бюджета РА. Такая структура налогового дохода обусловлена именно вышеуказанными первыми тремя факторами, влияющими на соотношение косвенных и прямых налогов.

Следует также отметить, что особую роль среди косвенных налогов играет налог на добавленную стоимость. Удельный вес данного налога в консолидированном бюджете РА достигает 50%.

В отличие от Армении в зарубежных странах важную роль в формировании налогового бюджета играют прямые налоги, в частности подоходный налог. Доля данного налога в налоговом доходе развитых стран достигает 50%. Что же касается налога на прибыль, то исследования показывают, что в мире наблюдаются тенденции по снижению роли данного налога как источника дохода. В Армении доля налога на прибыль и подоходного налога в налоговых поступлениях за 2013 г. составляют соответственно 12,2 и 24,6% [3, с. 9–10].

Вышепроведенный сравнительный анализ показал, что налоговая система РА действует неэффективно. И в данном случае тоже требуется осуществление мероприятий по усовершенствованию данной системы, действующей в РА.

Библиографический список

1. *Попова Л. В.* Налоговые системы зарубежных стран. М., 2008.
2. *Глазьев С.* Упущенные возможности. М., 2007.
3. *URL* : http://armstat.am/file/article/finansner_14_1.pdf.
4. *Рогов С. М.* Функции современного государства : опыт России и мировой опыт. М., 2006.

A. B. Babenkov, L. M. Eremenko

Corporate culture in Russian companies: key challenges

Before we talk about the business culture in Russia, we should form an idea of the issue as a whole, which, at present, is of interest to a lot of professionals, such as managers, marketing specialists, financiers, psychologists and culture experts. It is difficult to give a precise definition of a business culture, because, like any other culture, it covers many different concepts. It should also be noted that this concept could be considered synonymous with the corporate culture. Rules of behavior evolved in the 15th century, and for non-compliance could lead to expulsion from the community. The term «corporate culture» emerged in the 19th century. It was formulated by German Field and Marshal Moltke, who used it, describing the relationships among the officers. Many authors gave their own definition of corporate culture, exploring this question through the prism of their particular views. All these views combined, we will arrive at the definition. Corporate culture is a system of common opinions and values that are shared by all members of the organization, as a characteristic feature that distinguishes one organization from another. It must also be noted that the values can be both humanitarian and economic, and their harmonious combination leads to high efficiency in the company, team cohesion and a rapid development of the company.

Currently, there is a need to explore the cultural approach to doing business. Strong corporate culture is an essential part of a successful company, because it brings together employees who feel a part of their organization and strive to achieve a common goal together. In such a company key corporate values are shared by all members of the organization. When the culture is an important aspect in the company, it strongly affects the behavior of employees, and often eliminates the need for a high structuring and formalization in the company, as well as reduces staff turnover, because the organization is dominated by a pleasant atmosphere and emerging patriotism. Therefore, today's organizations need a new ideology of management, the new nature of economic relations with the external and internal environment of the firm. Scientists and experts tend to pay attention to the culture of the organization by making a special attention to it in management at all levels. Some psychologists consider it necessary to study the organizational and cultural approach that provides understanding of the processes at enterprises and organizations, to master the latest management techniques.

Nowadays, business in Russia is at the new stage of its development: the first 20 years of business passed, and, in spite of this, there are many problems, associated with the development of a business culture in Russian companies: no philosophy, and no company's sense as a part of society, poor judgment in decision-making, weak internal corporate culture – these are the main problems, as a result, the majority of employees of Russian companies have high staff turnover. In order to come up with possible solutions to these problems, we have to turn to their causes.

Certainly, Russia is different from other countries, not only due to its mentality and culture of entrepreneurship, but also because of the business rules put in place. Among the features inherent to the Russian business, we can distinguish the existence of informal relationships that are the legacy of the Soviet period, due to insufficient legislative reinforcement of the business relationship. Personal communication leaves the economy without the state and public control. We can say that Russian entrepreneurs do not always respect the «rules of the game».

Richard Lewis, a well-known expert in the sphere of intercultural communications, argues that Russian business culture «schizophrenic», it means that it combines incompatible definitions. In the Russian system of values there can be found both qualities of the East (collectivism, dependence on family, the inequality in the relationship, diligence, and so on), and the qualities of the West (entrepreneurship, independence, individualism).

Modern Russian business culture is heterogeneous. Qualities of entrepreneurs and top managers of large firms are directly opposed to their staff. For example, they have different attitudes towards risk, responsibility and showing initiative. There is a contrast from the companies created before and after 1991. The first characteristic of a typical Soviet culture is no matter how

varied the team of the top managers, the staff remains the same, sharing their knowledge and ideas to the next generation. The leaders of modern Russian organizations are guided by some universal Western model, mostly drawn from American textbooks. The desire to impose Americanized type of culture in the company is faced with the internal resistance of workers, and it is no coincidence – studies show that American and Russian business cultures do not coincide in a single one parameter.

It is believed that Russian businessmen easily adapt to specifics of a business partner. Such adaptability and sensitivity is inherent in all cultures, combining the «incongruous» properties.

Another feature of the Russian business culture is good adaptation to the Russian business environment changes, quick reaction to the situation at the level of management. Foreigners often speak of Russian ingenuity, lateral thinking, the ability to survive in any situation and find a way out of any situation. However, this has a positive quality and bad effects: Due to the adaptability Russian businessmen rarely think about long-term strategies, relying on short-term gains and «quick money.»

Turning to the internal business culture, it should be noted that the corporate culture has given a rise to the phenomenon of Russian companies recently. Let us turn to some examples.

The most striking example is Yandex, the Russian IT-company, founded in 1997. It is worth noticing that immediately after attachment of the market, the company began developing actively their external and internal business culture: according to the budget results of 2013 Yandex has invested in the educational projects more than 1 billion rubles. Yandex arranges various courses and seminars, such as «Yandex management School», «School of interface design», «School of content», Tolstoy Summer Camp (experimental workshop for those who want to learn how to create and run start-ups), and others; within the company there is created a favorable creative atmosphere for productive work. Currently, the company employs 6,000 workers: many of those who left the company say that the main reasons of their left were offers from Silicon Valley companies, they are also responding very positively about their work in Yandex.

Speaking of the largest and most successful domestic enterprises we cannot but mention Gazprom. The company occupies the leading position on the world market in terms of revenue: 17th place as of 2011. It must be noticed that the company has managed to create a favorable image in public's opinion – the reason for it is an active social policy in the field of sports and philanthropy. Company is creating the conditions for self-development in the corporate culture of the company: the first in Russia Gazprom has its own Corporate University, the largest library – and as a result – it has low staff turnover.

Certainly, rich company culture is not the only guarantee of the effectiveness in the market, but it is obvious that any company – is first of all

its employees, resulting on the business processes, their motivation does not always depend on the high material incentives. According to a recent poll, conducted by international recruitment agency Kelly Services in May–June of 5 939 people – mostly white-collar workers from Moscow (47%), St. Petersburg (13%) and regional (40%). If a person is completely satisfied with the salary he is even ready to put up with the routine, informal employment and a lack of social guarantees. For some respondents it is not even important to own a negative attitude toward the company. Some are willing to endure for the sake of money and even unfriendly colleagues and poor working conditions. However, it should be emphasized that there is a tendency to change the situation: «Most of our employees belong to the generation Y – people whose life is not only work, but tend to be versatile and interested in everything new», – says Starodubtseva from Kaspersky Labs.

«Company is needed to create a friendly environment for people to feel comfortable and interesting not only to solve their immediate work tasks, but also to communicate with each other» – believed in «Kaspersky Lab». There are lectures arranging from time to time for the staff on topics that have no relevance to the programming and information security. For example, the last one touched neurobiology.

Thus, considering the leading Russian companies we can come to the conclusion that despite the general globalization, differences in business cultures remain significant these days, whereas modern internal and external economic relations are more demanding to comply with generally accepted forms of business communication, etiquette, ethic norms.

We can say that the traditional distinctions are laid in every culture in the way of historical development and may include features of territorial, ethnic, demographic, psychological, religious, social, ethical, moral, legal, and all sorts of others.

Western business culture is characterized by the following features: individualism and individual interest, egalitarianism – a style of equal relations, straightness, time is money – work is driven and motivated by economic transaction.

Eastern can be described by: collectivism and group orientation, rigid hierarchy and a large power distance, contextuality, punctually time work: because they want to meet the expectations of their family, friends and society.

Russian business culture is characterized by the following features: the relationship between people is more important than business, caring for people is one of the core values, honesty and truthfulness, business person must be true to his word, people should be modest by default, people work to live.

On this basis, the Russian business culture should not look up to others, it must be built individually, in accordance with developments in the field of business changes, as well as the general development of the country economy.

Russian employee – this is a unique person, it can not fit within the scope of any culture, so our desire to be like the West is extremely reckless.

Positive experience of companies such as Yandex, Gazprom, Kasperski Lab should be taken into account by other companies. Businessmen usually think that it don't have any important influence, however, the financial and social results of this companies confirms the error of this approach.

Е. С. Баганина

Культура в современном предпринимательстве

Как известно, основу культуры предпринимательства составляют такие категории, как нормы морали и нормы этики. Как правило, предпринимательская культура с общепринятыми ценностями и образом поведения предпринимателя. Духовное воспитание людей, образ их мышления, уровень образования, а также способность выстраивать отношения с другими людьми – это то, чем характеризуется культура в общем смысле.

Что касается культуры относительно предпринимательства или бизнеса, то она отражает характер взаимодействия между контрагентами, степень развития бизнеса, а также уровень качества производимого продукта. Другими словами, культура предпринимательства представляет собой единое целое, которое вобрало в себя такие составные части, как отдельных субъектов бизнеса, а также их способность быть участниками подобного рода отношений и др. [1].

Существует две разновидности культур, которыми наделена фирма – внутренняя и внешняя.

Необходимо отметить, что внутренняя культура, – это «настроение» и атмосфера, которые складываются внутри фирмы. В качестве примера такого вида культуры можно привести отношения, выстраивающиеся между ее участниками, методы, с помощью которых решаются конфликтные моменты, а также все проблемы, которые возникают и находят свое решение внутри фирмы.

Следует принять во внимание, что внешняя культура, в отличие от внутренней, находит свое отражение в том, чтобы предприниматели и контрагенты (потребители, поставщики) при установлении и поддержании своих отношений следовали бы принципам, которые именовались бы культурными [2].

Существует и другая классификация, согласно которой, культура делится на гласную – выставленную на всеобщее обозрение и закрытую – характеризующую реальное поведение предпринимателей.

Существует несколько трактовок предпринимательской культуры.

1. С одной стороны, это видение предпринимателя ценностей бизнеса. Согласно такой трактовке, отдельно взятый субъект самостоятельно выбирает род своей деятельности, анализирует рынок, конкурентов, по-

требителей, актуальность производимого товара, ставит перед собой определенные цели и задачи.

2. Согласно второй трактовке, субъект волен выбирать методы и средства, согласно которым он будет достигать поставленные перед собой цели. Например, он может сотрудничать с особо важными своими клиентами, сформировать систему скидок, выявлять их предпочтения относительно конкретных видов товара.

3. В соответствии с последней позицией, можно сказать, что предпринимательская культура – это объединение первой и второй трактовок, другими словами, это та модель поведения, которую субъект выбрал для себя в качестве единственной и главной, в которой отражены все нормы и правила культурного поведения предпринимателя [3].

Следует осветить и тот факт, что на предпринимательскую культуру оказывает влияние не только предприниматель, но и другие субъекты, например, такие, как покупатели, непосредственно сотрудники фирмы и др.

Нельзя также не отметить и отрицательные черты, которые присущи предпринимательской культуре.

1. Ни для кого не секрет, что в последнее время для предпринимателей все больше возрастает актуальность посреднического предпринимательства. Данный факт объясняется тем, что предприниматель заинтересован в как можно более быстром обороте собственных вложений и получении выгоды, нежели в ожидании в разы большего дохода за более длительный срок.

2. Другая проблема заключается в том, что люди с огромным желанием вкладывают денежные средства в дела, которые не требуют их прямого участия и ждут при этом крупной отдачи, но чаще всего подобные вложения не увенчиваются успехом.

Учитывая вышесказанное, следует заметить, что для успешного осуществления предпринимательской деятельности необходимо усваивать нормы морали и этики, благодаря которым за определенный период времени субъект предпринимательской деятельности сможет накопить опыт для формирования высокой предпринимательской культуры.

Библиографический список

1. URL : <http://www.old.ugrasu.ru/science/journal/15/3/documents/3-25.pdf>.
2. *Внешняя и внутренняя среда предпринимательства*. URL : <http://binkrm.ru/or-gbiz/q54>.
3. *Этика и мораль предпринимательства*. URL : <http://center-yf.ru/data/ip/Etika-i-moral-predprinimatelstva.php>.

Изучение проблемы развития бизнес-культур

Изучению бизнес-культуры, ее воздействия на деятельность крупных предпринимательских структур посвящены работы многих зарубежных исследователей.

Анализ и развитие положительных тенденций в динамике бизнес-культуры позволяют повысить управляемость любого экономического объекта, в том числе и корпорации, особенно в условиях неопределенности и нестабильности внешней среды.

Совершенствование бизнес-культуры, превращение ее в мощное побуждающее и объединяющее начало может стать одним из рычагов повышения эффективности функционирования корпораций [1].

Только в последние годы бизнес-культуру стали признавать основным показателем, необходимым для правильного понимания управления компаниями. Можно выделить три типичных ситуации, иллюстрирующих актуальность проблемы корпоративной культуры: слияние, поглощение одних предприятий другими; стремительное развитие предприятий новых сфер бизнеса; создание и функционирование зарубежных фирм на российском рынке [1].

Прежде, чем проанализировать проблемы развития бизнес-культуры в современной России, необходимо рассмотреть дефиницию понятия «бизнес-культура». Данное понятие можно рассматривать синонимично корпоративной культуре [3].

Следует отметить, что в литературе по теории организации не существует единого общепринятого определения корпоративной культуры. Многие авторы занимались исследованием данного понятия. Среди них можно выделить Э. Шейна, П. Друкера, Л. Каммингса, Т. Ю. Базарова и др. Их определения корпоративной культуры сводятся к тому, что ее следует понимать, как систему общего мнения и ценностей, разделяемых всеми членами организации, как характерную черту, отличающую одну организацию от другой. В настоящее время в отечественной теории и практике управления стал активнее проявляться интерес к ее изучению, так как сильная и монолитная корпоративная культура является необходимым атрибутом успешной компании, поскольку она объединяет сотрудников, которые отождествляют себя со своей организацией и стремятся к достижению единой цели совместными усилиями, успешному ведению бизнеса. В такой компании ключевые корпоративные ценности разделяются всеми членами организации, доминирующая культура сильно влияет на поведение сотрудников, исчезает необходимость в высокой структуризации и формализации деятельности компании, снижается текучесть кадров. Поэтому современным организациям требуется новая идеология управления, новый характер связей и отношений с внешней и внут-

ренной средой организации, т. е., бизнес-культура, более соответствующая сложившимся условиям функционирования фирм. Ученые и специалисты чаще уделяют внимание культуре организации, отводя ей особое место в управленческой деятельности всех уровней [4].

В основном, только большие предприятия, длительно существующие и имеющие большой штат сотрудников, обладают хорошо развитой корпоративной культурой. В большинстве своем они специализируются в ведущих отраслях экономики страны, например, таких как энергетика и добывающая промышленность. Необходимо сказать, что происходившие в стране за последние десятилетия перемены в духовной, политической и экономической жизни общества затронули систему ценностей всего общества и закрепились в корпоративных культурах подобных организаций. При этом перемены зачастую негативно влияли на личную и общественную иерархию ценностей. В ходе истории, стихийное развитие рыночной экономики привело к тому, что многие крупные предприятия оказались на грани банкротства, сокращения численности работников, ухудшения условий труда и, как следствие, разрушения корпоративной культуры. Ярким примером такого регресса может служить КМК (Кузнецкий металлургический комбинат) в Новокузнецке. Но нельзя не упомянуть о существовании немалой части таких предприятий, которые аккумулировали свои традиции и культуру, что помогло им остаться «на плаву» и в дальнейшем развиваться. Роль корпоративной культуры стала первоочередной и приобрела свою актуальность и в частном бизнесе [3].

Сейчас можно говорить о том, что российский бизнес, прежде всего коммерческий, для которого характерно использование культурных ценностей для целей развития только в инструментальном плане. В основном не рассматривается конструктивная, творческая роль культуры в формировании всех сторон жизни общества, включая экономику. Поэтому, бизнес-культуру сегодня следует определять не только как средство достижения стратегических целей бизнеса, но и как фундамент для реализации и осуществления, всех стоящих перед обществом задач, ведь состояние самого общества непосредственно влияет и на его экономическое развитие [2].

Сегодня, на новом этапе исторического развития, России необходимо формировать деловую культуру, которая бы позволила эффективно включиться в мировой рынок и обеспечивала успешное взаимодействие с иностранными партнерами. На сегодняшний день российская бизнес-культура (далее РБК) не имеет ярко выраженных особенностей, однако о ее быстром формировании свидетельствует множество различных исследований. Для России вопрос формирования БК является одним из самых важных вопросов развития бизнеса. Российская бизнес-культура сегодня пока не соответствует стандартам, принятым в ведущих странах. Одни исследователи призывают «подравниваться», учиться, осваивать и перенимать зарубежный опыт и на основе этого строить российскую де-

ловую культуру. Другие указывают на специфику России, на ее особый цивилизационный (евразийский) склад и сложности национального русского характера. Эти показатели не дают РБК строиться аналогично западным моделям. Но однозначно можно сделать вывод о том, что российская бизнес-культура активно развивается, ищет новые направления и ориентиры, двигаясь по пути прогресса [2].

Безусловно, Россия отличается от других стран не только своим менталитетом, культурой предпринимательства, но и самими правилами ведения бизнеса. Так, среди черт присущих отечественному предпринимательству можно выделить существование неформальных отношений, являющихся наследием советского периода, обусловленных не достаточным законодательным подкреплением деловых отношений, что порождает невыполнение договорных обязательств при наступлении непредвиденных обстоятельств. Личные связи оставляют экономику без государственного и общественного контроля. Можно сказать, что российские предприниматели не всегда соблюдают «правила игры», соблюдая этические нормы в отношении одних и игнорируя их с другими, что говорит об избирательной этике в деловых отношениях. Так же практикуется использование силовых методов, вынуждающих выполнять договорные обязательства. Это явление можно рассматривать как способ давления на партнеров, аналогичный существовавшим ранее партийным органам. Их осуществлением занимаются как правоохранительные органы, так и криминальные группировки. Так, среди незаконных хозяйственных действий коррупция занимает первое место, поэтому отношения с властями носят характер вынужденного сотрудничества, а не партнерский. Нередко предприниматели прибегают к помощи собственных связей в органах правления вместо организованной защиты интересов посредством предпринимательских союзов. Недоверчивость и осмотрительность вынуждают предпринимателей формировать доверенную команду из друзей и родственников, боясь иметь дело с незнакомыми людьми. Можно сказать, что руководители предприятий являются и организаторами, и собственниками предприятий, что говорит о слабой дифференциации управленческих функций и о развитии трудоголизма. Их трудовой день может достигать одиннадцать часов шесть дней в неделю, что конечно вызывает уважение, но в свою очередь может также негативно сказываться и на эффективности труда и на общем самочувствии. Руководитель ставит экономические вопросы выше социальных, что также является пережитком советского времени. Авторитаризм в управлении смягчается политикой патернализма, присущей России и до настоящего момента. Российский предприниматель не боится рисковать и может найти выход из сложной ситуации, что явилось результатом эволюции в борьбе за выживание. Такие качества помогают им успешно адаптироваться и за рубежом, что является несомненным преимуществом при ведении бизнеса. Важную роль в процессе совершен-

ствования предприятия играет корпоративная культура фирмы. Вопросы формирования корпоративной культуры, или культуры организации, рассматриваются в литературе по социальному управлению уже два десятка лет. Поиск ответа на вопрос о месте организации в современном мире обуславливает необходимость тщательного изучения корпоративной культуры, как в теории, так и на практике – в конкретных организациях [4].

Современная российская бизнес-культура неоднородна. Качества, свойственные предпринимателям и топ-менеджерам крупных фирм, прямо противоположны тем, что свойственны их персоналу. Например, различается их отношение к риску, ответственности и проявлению инициативы. Резко контрастируют компании, созданные до и после 1991 г. Первым свойственна типичная советская культура: как бы ни менялся состав топ-менеджеров, персонал остается прежним, передавая свои методы и подходы следующим поколениям. Руководители современных российских организаций ориентируются на некую универсальную западную модель, в основном, почерпнутую из американских учебников. Стремление насадить американизированный тип культуры в своей компании сталкивается с внутренним сопротивлением сотрудников, и это не случайно – исследования показывают, что американская и российская бизнес-культура не совпадают ни по одному параметру. Наиболее близкая для нас деловая культура – французская. Мы также хорошо ладим с немцами, скандинавами и индусами. Несмотря на кардинальные различия, русские могут успешно сотрудничать с американцами, так как их культура очень простая, в ней легко ориентироваться, надо лишь выучить несколько базовых правил. Русским очень сложно найти общий язык с арабами, китайцами и, особенно, с японцами [3].

Считается, что русские легко адаптируются к особенностям бизнес-партнера. Такая приспособляемость и восприимчивость свойственна всем культурам, сочетающим в себе «несочетаемые» свойства. Кроме нас эта черта свойственна, например, индусам, которые во время переговоров всегда стараются подстроиться под партнера [3].

Библиографический список

1. Деловой портал. URL : <http://constructor.ru>.
2. Фонд знаний «Ломоносов». URL : <http://lomonosov-fund.ru>.
3. Деловой портал «О бизнесе». URL : <http://bishelp.ru>.
4. Кузеванова А. Л. Культура и бизнес : типология и механизмы взаимодействия. // Обсерватория культуры. 2008. № 5.

Значимость корпоративной культуры в современной организации

Современная фирма, бизнес и любая организация немыслима без корпоративной культуры. Формирование этого инструмента способно увеличить эффективность всей деятельности компании. Однако лишь немногие руководители порой имеют четкое представление, из чего должна зарождаться корпоративная «философия», из чего должна состояться, каким образом должен формироваться и поддерживаться данный элемент системы управления персоналом [1].

Такое понятие как «корпоративная культура» появился в XIX веке. Термин был придуман немецким фельдмаршалом Мольтке, который использовал его, объясняя взаимоотношения в офицерской среде. В то время отношения регулировались не только уставами, судами чести, но и дуэлями: сабельный шрам считался неотъемлемым атрибутом принадлежности к офицерской «корпорации». Нормы и правила поведения, как писанные, так и неписанные, сложились внутри профессиональных сообществ еще в средневековых гильдиях, причем нарушения этих правил могли приводить к исключению их членов из сообществ [1].

Ученые же напротив имели несколько другой взгляд на это понятие. По их мнению, корпоративная культура – это комплекс наиболее значимых предположений, принимаемых членами организации, и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются членам организации через символы духовного и материального характера, которые отражают «философию» организации [1].

Культура организации представляет собой двухъярусную систему. На верхнем ярусе представлены такие видимые факторы, как одежда, символы, организационные церемонии, рабочая обстановка. Также на нем представлены элементы культуры, имеющие внешнее видимое и узнаваемое представление. На более глубоком уровне располагаются значения и нормы, характеризующие и регулирующие поведение сотрудников в компании. Значения второго уровня во многом связаны с зрительными образцами (слоганами, церемониями, стилем дресс-кода и др.), они как бы вытекают из них и обозначают их внутреннюю философию. Эти ценности поддерживаются и формируются сотрудниками организации, каждый работник компании должен разделять их или хотя бы демонстрировать свою лояльность по отношению к установленным корпоративным ценностям [1].

Отдельные руководители рассматривают корпоративную культуру как сильный стратегический инструмент, позволяющий направлять все подразделения организации и отдельных лиц на общие цели, привлека-

ющий инициативу сотрудников, гарантировать лояльность и помогать облегчению общения.

В случае если основные ценности поддерживаются и разделяются большинством сотрудников, корпоративная культура имеет значительное воздействие на них. Ее результативность определяется по слаженной деятельности и успешности взаимодействия сотрудников, их удовлетворенности работой и гордости за ее результаты, преданности компании, готовности к внезапным изменениям, невзирая на имеющиеся допустимые преграды и проблемы, соответствии заявленным стандартам и высокой требовательности к качеству труда.

Корпоративная культура не только регулирует и закрепляет отношения внутри компании. Частью культуры становится не только зрительное оформление, но и истории, передающиеся в коллективе из уст в уста.

Знаки и девизы – запоминающиеся изображения, логотипы, лозунги, слоганы. Предложения, кратко формулирующие основные ценности корпоративной культуры, и элементы оформления зданий, кабинетов или фирменной одежды способны донести до людей философию компании, обозначать ее материальные возможности и в итоге стимулировать командную работу. Так, символом благосостояния являются корпоративный транспорт, путевки для сотрудников [3].

Обряды, ритуалы, церемонии. Чаще всего это запланированные действия по публичному награждению отличившихся – с торжественной речью, вручением премии. Часто можно услышать и про обряд «посвящения» – небольшое представление или шуточное испытание, после которого новичка принимают в команду.

Ритуалы служат средством для наглядной демонстрации ценностей и ориентации фирмы, они призваны напоминать сотрудникам о стандартах поведения, нормах взаимоотношений в коллективе, которые от них ожидаются компанией.

«Ритуалы поощрения» – призваны показать одобрение компанией чего-то достижения или определенного стиля поведения, вписывающегося в рамки корпоративных культурных ценностей. Это могут быть вечеринки по поводу успешной реализации проекта, традиционные обеды в честь того, кто отличился, или долго и продуктивно работает для компании. Например, в одной фирме по сложившейся традиции каждый сотрудник в день своего рождения может получить получасовую аудиенцию у президента компании и задать ему любые вопросы. Такой ритуал вызывает интерес сотрудника к своей фирме, подчеркивает доступность высшего руководства, обеспечивает обратную связь, позволяющую руководству получить информацию о своих подопечных [3].

«Ритуалы порицания» – говорят о неодобрении в отношении человека, ведущего себя не в соответствии с принятыми правилами данной корпоративной культуры. Официальными ритуалами порицания являются

увольнение, понижение в должности, снижение заработка. Менее формальным ритуалом такого плана может быть, например, неприглашение на регулярное мероприятие, где собирается весь коллектив. Ритуалы поощрения помогают сохранять целостность компании. Когда люди осознают, что последствия определенного нежелательного поведения одинаковы для любого члена команды и наказания применяются справедливо, они начинают испытывать уважение к организации как к единому целому [3].

«Ритуалы интеграции» – те действия руководства, которые собирают служащих компании вместе и помогают им осознавать, что между ними есть общее. В контексте работы – это конференции, семинары, деловые игры, и так далее. Это различные светские мероприятия, вечеринки, совместные поездки, занятия спортом. В ритуалы интеграции входят корпоративные мероприятия. Они необходимы для налаживания отношений между сотрудниками, сближения с коллегами из иногородних филиалов компании, знакомства с руководством и пр. Как правило, это выезды на природу или застолья с развлекательной программой. Праздноваться может день основания компании, Новый год и т. д. Одним словом, привычные всем корпоративы [3].

Важной частью корпоративной культуры сейчас становится корпоративная почта и интернет – портал фирмы. Корпоративная почта – собственная электронная почта компании, используемая в ее повседневных бизнес-процессах. Корпоративная почта в деятельности современных компаний играет важнейшую роль среди всех прочих видов коммуникаций. Все больше и больше организаций переходят на безбумажный документооборот (или, по крайней мере, значительно его сокращают) перенося обмен информацией в современные информационные системы и в первую очередь в корпоративную почту[2].

Корпоративный интернет-портал – это единое виртуальное информационное пространство компании, проще говоря – вся внутренняя жизнь организации на одном сайте. К «секретному» ресурсу имеют доступ исключительно сотрудники и руководство компании. Внедрение в рабочие процессы этого инструмента увеличивает не только производительность труда. Создав интернет-портал, компания значительно ускоряет свои бизнес-процессы [2].

Компании, принявшие решение в пользу создания корпоративного интернет-портала, значительно увеличивают эффективность работы своего персонала, ведь при помощи этого инструмента буквально за считанные секунды вся необходимая информация становится доступной сотрудникам, что, в свою очередь, существенно экономит время [2].

Единое информационное пространство – это удобное рабочее поле с широким спектром функций. В портале, помимо информации обо всех работниках (фотографии, должности, названия отдела, в котором трудится специалист, номера рабочего телефона, электронной почты), содержатся

доступные для всех новости компании, справочная информация – номера телефонов всех подразделений и отделов, информация об открытых вакансиях, о днях рождения сотрудников и знаменательных датах. Кроме того, интернет – портал может содержать различные фотоотчеты о мероприятиях, маркетинговые планы организации. В нем могут размещаться шаблоны оформления документов (например, заявления на отпуск) и инструкция по их заполнению, образцы деловых писем и т. д. [2].

Преимущества внедрения корпоративного интернет-портала – возможность мгновенно получать любую важную информацию как производственного, так и социального характера. Это формирует у сотрудников чувство причастности, вовлеченности в дела компании, ответственности за ее будущее [2].

Примером успешной реализации корпоративной культуры непременно является Сбербанк.

Корпоративная культура Сбербанка является достаточно сильной. Главные ценности организации интенсивно поддерживаются, четко определены и широко распространяются. Она обладает предельной ясностью приоритетов, руководство информирует работников о задачах предприятия и активно их вовлекает в решение этих задач. Организационная культура Банка ориентирована на личностный подход и вместе с тем объединяет сотрудников в единое целое [4].

В Сбербанке регулярно организуются разнообразные корпоративные праздники. Такие мероприятия позволяют поддерживать корпоративный дух и традиции, создавать атмосферу доверия и взаимопонимания внутри Банка, укреплять неформальные связи в коллективе, повышать лояльность сотрудников, создавать ощущение сопричастности к общей цели. Традиционно организуется празднование 8 Марта, Нового года, Дня работника Сбербанка, Дня Победы. Также ежегодно организуется проведение детских новогодних праздников, детского оздоровительного отдыха, проводятся конкурсы детского рисунка [4].

Основным инструментом внутренних коммуникаций является интранет-портал, который содержит специальную рубрику по ПСС, разделы структурных подразделений и территориальных банков, внутренние нормативные и информационные документы. Внутренний портал является важнейшим каналом обратной связи от сотрудников к менеджменту Банка. Мы планируем дальнейшее развитие портала, в том числе в направлении создания виртуальных рабочих кабинетов.

Общепринятые ценности и нормы Сбербанка отражены в Кодексе корпоративной этики, который регламентирует правила поведения, обязательные для всех сотрудников Банка. Для ознакомления с этими правилами каждый сотрудник при приеме на работу подписывает «Декларацию о согласии с этическими нормами Сбербанка России». Для адаптации новых сотрудников разработан комплекс мероприятий, призванных облег-

чить процесс вхождения в должность и адаптации к новой корпоративной культуре. Создана «Книга новичка», представляющая собой интерактивное медиаиздание, которое содержит всю основную информацию, необходимую новым сотрудникам. В некоторых территориальных банках проводятся специальные тренинговые программы для новичков. Кроме того, существует практика закрепления на период прохождения испытательного срока персональных наставников из числа коллег, имеющих продолжительный опыт работы в Банке [5].

Пример корпоративной культуры на мировом и международном уровне – это компания Google.

Компания Google – это в первую очередь люди. При найме новых сотрудников они отдают предпочтение не столько опытным, сколько способным кандидатам. Google постоянно расширяется и открывает офисы в разных странах. В команде Google можно услышать речь на десятках языках мира. Все это позволило им создать команду, которая понимает интернет-пользователей во всем мире. Увлечения гуглеров столь же разнообразны, сколь и аудитория компании: от велоспорта и фрисби до пчеловодства и старинных танцев. Любой сотрудник может обратиться с вопросом к Ларри или Сергею (руководители компании Google) во время встреч, которые традиционно проходят по пятницам, или помериться с начальством силами за теннисным столом. Непринужденная обстановка в офисах и кафе способствует эффективному взаимодействию между отдельными сотрудниками и командами, обмену мнениями по работе, играм.

В заключение можно сказать, что корпоративная культура – это результат пути организации, истории решенных проблем и проводник в будущее. Хорошо организованная, эффективно действующая культура компании препятствует негативным изменениям в ней и способствует сохранению положительных аспектов. Корпоративная культура – ключевой фактор, определяющий успех и стабильность компании. Она связывает сотрудников воедино, повышает лояльность персонала к компании, увеличивает производительность труда. Корпоративная культура – один из наиболее эффективных инструментов управления организацией и всеми бизнес-процессами в целом.

Библиографический список

1. Герш М. В. Корпоративная культура // Отдел кадров коммерческой организации. 2014. № 3.
2. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». URL : <http://www.consultant.ru>.
3. Интернет-портал для соискателей. URL : <http://rabota.ru>.
4. Интернет-портал об управлении персоналом и менеджментом. URL : <http://hr-portal.ru>.
5. Открытое акционерное общество «Сбербанк России». URL : <http://sberbank.ru>.

Особенности бизнес-культуры в России

Особенностью бизнес-культуры в России является ее неоднозначный характер, обусловленный во многом местоположением нашей страны – на границе восточной и западной культур.

Двойственность выражается в том, что культуре бизнеса в России присущи такие черты как индивидуализм, предприимчивость, независимость в сочетании с противоположными «восточными» качествами как коллективизм, зависимость от семьи и безусловное послушание.

Многие западные бизнесмены отмечают способность своих российских коллег к высокой степени гибкости по отношению к особенностям иностранного партнера по бизнесу. Данная черта может быть объяснена именно смешанностью восточной и западной культуры.

Большое влияние на формирование бизнес-культуры оказало советское прошлое: если рассматривать компании, созданные до и после распада СССР, то они очень сильно различаются. Руководство современных компаний в большей степени ориентируется на западные и американские модели ведения бизнеса, стараясь копировать их стиль управления. Зачастую это приводит к непониманию и недовольству со стороны сотрудников, особенно «старой закалки».

По мнению финских исследователей, российская бизнес-культура обладает следующими чертами:

- централизованное принятие решений;
- тщательная подготовка к ведению переговоров;
- терпение и настойчивость;
- пренебрежение пунктуальностью;
- осторожное отношение к иностранным партнерам;
- большая эмоциональность;

зачастую женщина не воспринимается как деловой партнер [2].

Также отмечают, что российские бизнесмены привыкли действовать в обход закона. В свою очередь предприниматели объясняют это высокой налоговой нагрузкой на бизнес и несовершенством правовой системы.

Немцы и американцы относятся к представителям универсалистской культуры, понимающим закон как нечто непреложное, действующее для всех без исключения, вне зависимости от личных обстоятельств. Русские представляют культуру партикуляристскую, утверждающую относительность закона, на который влияют многие случайные обстоятельства.

Следующей особенностью российской бизнес-культуры является особое влияние неформальных отношений в деловом общении. Бизнес строится на основе личностных взаимодействий и связей.

Еще одно свойство, присущее культуре бизнеса в России – хорошая адаптация к изменениям внешней среды, быстрая реакция на происходя-

щее со стороны менеджмента. Иностранцы часто отмечают русскую избирательность, нестандартность мышления, умение находить выход из любой сложной ситуации [1]. Но данное качество имеет негативные последствия: так, например, рассчитывая на краткосрочную выгоду и «быстрые деньги», русские не задумываются порой о долгосрочной перспективе. В условиях нестабильности внешней среды бизнесмены осознают неизбежность риска [3].

Что касается сотрудников российских компаний, они работают импульсивно, часто выполняя основной объем работы в последний момент, раздражая этим многих иностранных партнеров. Более того привыкли заниматься на работе личными делами, а не выполнением своих прямых обязанностей. Внутренне устройство компаний также шокирует иностранцев, в частности хаотичность организации рабочих процессов, распределение обязанностей между работниками, одинаковый уровень оплаты труда сотрудников с разной квалификацией [4].

Работники слабо мотивированы к труду и безынициативны в большинстве случаев, нуждаются в инструкциях от руководства и не стремятся выделиться своими достижениями.

Библиографический список

1. *Интернет-портал* «Конструктор успеха». URL : <http://constructorus.ru>.
2. *Интернет-портал* о бизнесе, финансах, инвестициях «Biznec-info». URL : <http://biznec-info.ru>.
3. *Интернет-портал* Центра дистанционного образования «Elitarium». URL : <http://www.elitarium.ru>.
4. *Интернет-портал* «Deutsche Welle». URL : <http://www.dw.de>.

А. В. Борисенко

Роль корпоративной культуры в формировании имиджа авиакомпаний

В условиях перехода российской экономики на путь отношений, подчиненных законам конкурентной борьбы, одним из основных инструментов улучшения рыночного положения компании является ее корпоративная культура и фирменный имидж.

Наиболее полное определение этого понятия было дано В. А. Спиваком, согласно которому корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющееся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды. Корпоративная культура является одним из основных факторов, которые формируют имидж организации [2].

Корпоративная культура имеет большое значение для развития организации. Во-первых, будучи важным источником стабильности и постоянства в организации, культура предоставляет сотрудникам корпоративную идентичность, определяет представление о компании. Это создает у сотрудников ощущения надежности самой организации и своего положения в ней, оказывает содействие формированию чувства социальной защищенности. Во-вторых, знание основ корпоративной культуры своей компании помогает новым, работникам правильно интерпретировать события, которые происходят в организации, определяя в них все наиболее важное. В-третьих, внутрикорпоративная культура, более чем что-нибудь другое, стимулирует самосознание и высокую ответственность работника, который выполняет поставленные перед ним задачи. Признавая и награждая успешных сотрудников, она идентифицирует их как ролевые модели (образцов для наследования) [1]. И в-четвертых, корпоративная культура играет большую роль в формировании имиджа организации. Это связано с тем, что самосознание и высокая ответственность работников, несомненно, приводит к слаженности в рабочем процессе.

По мнению многих российских и зарубежных исследователей корпоративная культура связана с достижением наилучших социально-психологических условий на предприятии, таких как: создание условий для творческого эффективного труда, создание условий для социального мира и партнерства.

Наличие корпоративной культуры в авиакомпании способствует не только минимизации финансовых затрат и получению максимальной прибыли от реализации полетов, но и формированию положительного имиджа организации. Репутация приобретает огромное значение, когда речь идет об авиаперевозках, так как отдавая предпочтение той или иной авиакомпании, клиент доверяет ей свою жизнь и безопасность, рассчитывая при этом получить качественный сервис. Корпоративная культура подразумевает определенный уровень стабильности авиакомпании, которая является своеобразным гарантом качества оказываемых услуг и безопасности полетов.

К важным аспектам формирования корпоративной культуры в авиакомпании относятся:

- наличие устоявшихся навыков, которые демонстрируются при организации полетов;

- поведенческие аспекты в общении людей (язык, обычаи и традиции, ритуалы) демонстрируют воспитание, формируют впечатление и образ авиакомпании;

- официальные правила, публично заявленные принципы, которым организация старается следовать, к которым, например может относиться приоритет безопасности полетов;

положительный климат в организации способствует развитию командного духа.

Таким образом, в авиакомпаниях, в которых корпоративная культура высоко развита, т. е. сформулированы корпоративные ценности, нормы и стандарты внутреннего взаимодействия, стандарты взаимодействия с клиентами, уровень организации полетов значительно отличается от конкурентов. Основной составляющей успеха и надежности авиакомпании всегда был и остается ее высококвалифицированный персонал. Слаженная работа наземных служб позволяет своевременно предоставить самолет, организовать его обслуживание на месте стоянки и подготовку к полету.

В августе 2012 г. Росавиация опубликовала информацию по статистике задержанных рейсов российскими авиакомпаниями. Выборка из четырех известных авиакомпаний представлена в таблице.

Количество рейсов, выполненных российскими авиакомпаниями с задержкой отправлений, 01.08–31.08.2012 г.

Авиакомпания	Общее количество рейсов			2 ч	6 ч
	выполненных	задержанных			
	Всего	Итого	%		
Трансаэро	6 684	159	2,38	102	12
Аэрофлот – Российские Авиалинии	13 916	417	3,00	97	92
ЮтЭйр	8 544	367	4,30	160	67
Уральские авиалинии	2 929	368	12,56	135	77

Примечание. Составлено автором по [3].

Из таблицы видно, что наименьшее число задержек у авиакомпании Трансаэро и составляет 2,38%. При этом в авиакомпании уделяется большое внимание корпоративной культуре. Об этом свидетельствует тот факт, что в организации разработан Кодекс ценностей ОАО «АК „Трансаэро“», на сайте этому вопросу уделен целый раздел, в котором освещаются свежие новости корпоративной жизни. Число задержек является одним из критериев при выборе авиакомпании пассажирами. Таким образом, небольшое число задержек позволяет формировать положительный образ организации. Авиакомпания «Аэрофлот» имеет исключительно положительный образ, является одной из крупнейших и самых надежных авиакомпаний, и соответственно, обладает низким числом задержек.

Бортпроводники, обладающие знаниями всех профессиональных норм и требований к работе, создают впечатление о культуре персонала. Они обеспечивают комфортные условия для пассажиров на борту воздушного судна в процессе полета, а также обеспечивают безопасность всех пассажиров во время полета в случае чрезвычайной ситуации. А пилоты несут непосредственную ответственность за безопасность полета, они должны быть способны показать высокий уровень выдержки, самообладания и принять правильное решение в сложной ситуации. Авиакомпа-

ния, предъявляя к сотрудникам высокие требования, ценит в каждом из них профессионализм, чувство ответственности и приверженность корпоративным ценностям.

В результате подобного эффективного взаимодействия всех служб и их сотрудников у пассажиров формируется положительный образ авиакомпании, что улучшает общий имидж организации. Приветливый персонал, своевременная подача борта, обслуживание на высоком уровне – все это является следствием наличия корпоративной культуры, негласных принципов работы, которым следуют сотрудники. Рост корпоративной культуры приводит к росту качества обслуживания пассажиров, укреплению дисциплины и взаимоотношений в трудовом коллективе, снижению текучести кадров.

В результате этого будет иметь место увеличение числа перевозимых пассажиров, а значит, и улучшение показателей экономической деятельности. Корпоративная культура любой организации является самым трудно обретаемым капиталом. На это уходят десятилетия, но в современных социально-экономических условиях этот капитал является едва ли не самым ценным.

Библиографический список

1. Кузнецова И. С. Корпоративная культура как элемент управления предприятием // Российское предпринимательство. 2007. № 5. Вып. 2(91). URL : <http://www.creativeconomy.ru/articles/11975>.
2. Спивак В. А. Корпоративная культура // Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». URL : <http://www.ecsocman.hse.ru>.
3. Сайт Росавиации Новости. URL : <http://www.favt.ru>.

И. С. Брагин

Конкурентная способность предприятия

В научной и учебной литературе конкурентоспособность трактуется по-разному. Это указывает, во-первых, на актуальность данной категории для современного развития предприятия, во-вторых дифференциацию подходов как пониманию, так и к оценке конкурентоспособностей. Разброс мнений вызван, прежде всего, тем, что это достаточно комплексное и емкое понятие, которое авторы с учетом целей своих исследований «приспосабливают» для решения локальных задач.

Конкурентоспособность – это способность предприятия получать прибыль при изменяющихся внешних условиях его деятельности, т.е. способность позитивно реагировать на систему государственного регулирования и контроля, на действия конкурентов и смежников. Такая способность достигается рядом объективных и субъективных характеристик функционирования предприятия и определяет его конкурентные преимущества [1, с. 72].

Конкурентоспособность предприятия (фирмы) – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Эта реализация обеспечивается всем комплексом имеющихся у предприятия средств. Производство и реализация конкурентоспособных товаров и услуг – обобщающий показатель жизнедеятельности предприятия, его умения эффективно использовать свой финансовый, производственный, научно-технический и трудовой потенциал.

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке [2, с. 9].

Оценка конкурентоспособности организации должна осуществляться на основе двух показателей: интегрального показателя конкурентоспособности товаров организации и устойчивости (эффективности) ее функционирования [3, с. 5].

Эти характеристики достаточно обширны и зависят от вида деятельности, рыночной ситуации, управленческих усилий и т. д. Обобщающие характеристики конкурентоспособности можно сгруппировать по следующим показателям, оценив их затем по десятибалльной рейтинговой системе.

Место расположения предприятия и доступность к рынкам ресурсов и рынкам по реализации продукции. В зависимости от экономической целесообразности наукоемкие предприятия тяготеют к трудовым ресурсам с учетом квалификационного уровня привлекаемой рабочей среды (наукограды, технопарки, технополисы и т. д.). Перерабатывающие предприятия тяготеют к сырьевым регионам. А предприятия торговли и сферы услуг необходимо располагать ближе к потенциальным потребителям их продукции и услуг (определение зоны доступности с учетом покупательских предпочтений и поведения).

Для обеспечения конкурентности предприятия по признаку его территориального размещения целесообразно, во-первых, определить функциональную и производственную пригодность этой территории для данного предприятия; во-вторых, рассчитать затраты связанные с инвестициями и эксплуатацией объекта недвижимости на данной территории; в-третьих, возможную область деятельности, ее развитие и перепрофилирование на данной территории; в-четвертых, анализ генерального плана застройки территории на долгосрочную перспективу. В соответствии с этим формируется портфель мест размещения – матрица, служащая для сравнительной оценки качества размещения сбытовых, производственных и административных организаций с точки зрения социально-экономичес-

кой среды, качество земельных участков; людских, материальных, транспортных потоков; наличия коммуникаций, совместимости по мерам безопасности, возможности обеспечения необходимыми ресурсами с оптимальными затратами и т. д.

Нами был выделен аспект экологии, ее влияния на окружающую среду. Неотъемлемый фактор, который должен отслеживаться государством. В данный момент проблема экологии занимает последнее место. Хотя она является важной частью для поддержания конкурентоспособности производства.

Российская практика разработки и внедрения НТД на продукцию и на ее производство в качестве главного направления обеспечения конкурентоспособности выделяет показатель качества. Это сложное направление инновационной, производственной и эксплуатационной политики обеспечения конкурентоспособности продукции. Обеспечение качества продукции на предприятии – это специальное направление его хозяйственной деятельности, возглавляемое специализированной организационной структурой – менеджментом качества продукции.

В НТД на продукцию могут входить некоторые показатели безопасности условий производства, сырьевых и расходных материалов и веществ, энергетических источников, готовой продукции, отходов производства. Однако в этой документации доминируют показатели качества продукции, подлежащие разным видам обязательного контроля. Указанные показатели безопасности хозяйственной деятельности в совокупности с показателями природопользования и охраны окружающей среды характеризуют экологическую безопасность предприятия, осуществляющего данный вид хозяйственной деятельности. Если рассматривать показатели безопасности хозяйственной деятельности, связанные только с безопасностью продукции для персонала (потребителей) и окружающей среды, то их можно отнести к группе экологических показателей продукции. Требования и нормативы этих показателей содержатся в экологической документации предприятия.

Федеральный закон «О техническом регулировании» позволяет предположить, что экологические требования и нормативы экологических показателей на продукцию будут установлены в технических регламентах, имеющих статус федеральных законов. Такие требования к безопасности продукции можно рассматривать как требования обеспечения экологической чистоты продукции. Обеспечением экологической чистоты продукции на предприятии занимается специальное направление хозяйственной деятельности, возглавляемое специализированной организационной структурой – экологическим менеджментом предприятия. Заметим, что показатели безопасности продукции связаны с дополнительным контролем на этапе ее эксплуатации – подтверждением соответствия безопасности продукции установленным требованиям технических регламентов и другой

нормативно-технической документации (техническое регулирование – ТР). Показатели качества и безопасности продукции взаимосвязаны. Поэтому качество и экологическая чистота продукции составляют единую категорию конкурентоспособности продукции, хотя деятельность по их обеспечению при разработке, производстве и эксплуатации осуществляется параллельно.

Оценка размещения существующих предприятий производится при выборке мер по улучшению восприятия потенциальными и реальными партнерами места размещения: улучшение внешнего облика, формирование сети подъездных путей, стоянки транспорта и отдыха людей и т. д.

Для предприятий торговли и сферы услуг оценка размещения играет решающую роль в определении их конкурентоспособности. При этом в показателе размещения учитывается удаленность от центра населенного пункта, соседства с остановками маршрутных средств передвижения, наличие подъездных путей, например автодорог, внешний вид здания (сооружения), социализация, удаленность предприятия от зон тяготения покупателей (потребителей услуг), насыщенность предприятиями торговли и сферы услуг на территориальной зоне обслуживания, соседства с аналогичными конкурирующими или взаимодополняющими предприятиями.

Характеризуя размещение, эстетичность, заметность, необходимо оценить внешний вид предприятия. При этом его оформление должно быть тактичным, многофункциональным и производить благоприятное впечатление на посетителей (покупателей). Эта оценка корректируется с учетом наличия у предприятия стоянки для автомобилей и близости к нему остановок общественного транспорта.

Ценовая политика предприятия и адекватность ее рыночным условиям и конъюнктурным особенностям.

Ценовая политика – важная составляющая конкурентоспособности предприятия, поэтому каждый предприниматель определяет оптимальную для своего предприятия ценовую политику. Для этого применяются два основных подхода: ориентация на издержки; ориентация на рынок.

Согласно данным подходам, ценовая политика предприятия может быть следующей.

Установление предельно низкой цены на уровне предельно низких издержек при предоставлении покупателю (оптовому или розничному) минимального объема сервисных услуг (для всех товаров устанавливается в основном цена равная издержкам плюс небольшая прибыль). Эти предприятия ориентированы на население с низким уровнем дохода. Как правило, предприятие выпускает продукцию массового спроса для групп населения со средними или низкими доходами, с реализацией этих товаров в основном дискаунтных магазинов и на мелкооптовых рынках.

Установление дифференцированных цен с учетом покупательского спроса, когда товар предназначен для среднего класса, предпочитающего

хорошее качество по умеренной цене. Эти товары целесообразно реализовывать в универсальных магазинах с широким ассортиментом товаров, привлекательным сервисом, расчетными узлами, которых возможны безналичные платежи. Политика дифференцированного ценообразования приемлема для предприятий, выпускающих продукцию с ограниченным циклом жизни (высокотехнологических отраслях), когда моральное старение товара и его уход с рынка должны сопровождаться быстрым снижением цен и появлением товара с улучшенными качественными характеристиками и высокими ценами. Реализация этих товаров сопровождается стандартным сервисным (бесплатным) обслуживанием.

Установка высоких цен на престижные товары для обеспечения имиджа предприятия при высоком уровне сервисного обслуживания. Это высоконадежные и высококачественные товары, имеющие специальные ярлыки, упаковку и оформление. При этом затраты на обслуживание товаров составляют до 50% издержек (отсюда и высокие цены). Торгуют такими товарами фирменные магазины, имеющие свой товарный знак. В этих магазинах организована оплата товара в первую очередь кредитными картами.

При высокой степени конкуренции целесообразно на идентичные товары устанавливать цены на уровне цен конкурентов. Слишком высокие цены отпугнут покупателя, а слишком низкие сузят пространство для ценового маневра и отпугнут поставщиков, которые сочтут, что руководство предприятия слабо разбирается в торговле. Поэтому в данном случае конкурентоспособность можно обеспечить за счет или оптимизации затрат; или специализации предприятия.

Качество товара и его конкурентность с аналогичными или взаимозаменяемыми товарами, в том числе в процессе эксплуатации. В настоящее время качество товара включает помимо его соответствия стандартам еще и безопасность, экологичность, экономичность.

Качество продаваемого товара должно подтверждаться сертификатом (свидетельством качества) и быть легкопроверяемым. При закупках крупными и мелкооптовыми партиями качество приобретаемого товара определяется следующими путями:

клиент осматривает (проверяет) образец товара перед совершением сделки и подтверждает приемлемость качества;

делаются ссылки на стандарты (ГОСТ, ОСТ, ТУ) с точным описанием товара, особенно если он производится по заказу;

утвержденный образец сравнивается с выборочной частью товаров;

весь товар осматривается перед сделкой;

совершается покупка на пробу.

Показатель конкурентоспособности товара очень важен, так как товар, не отвечающий современным требованиям, не будет реализован, несмотря ни на удачное размещение предприятия, ни на хорошую рекламу.

Конкурентоспособность товара – это его способность отвечать требованиям рынка данного вида.

Конкурентоспособность товара – совокупность качественных и стоимостных (ценовых) характеристик товара, обеспечивающая удовлетворение конкретной потребности покупателя. Конкурентоспособность товара предполагает очень гибкую реакцию поставщика на требования рынка и поведение конкурентов. Товар необходимой потребительской ценности должен быть не только произведен в обусловленных количествах, но и должен быть гарантирован его сервис на уровне, сложившемся в мировой практике [4, с. 93].

Конкурентоспособность продукции – способность продукции отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период [5, с. 84].

Перечислим главные составляющие конкурентоспособности товара: высокий технический уровень, надлежащие потребительские свойства, хорошая упаковка, маркировка товара;

высокий уровень маркетинга и рекламное обеспечение реализации, действенные методы и хорошие источники распространения информации о качестве товара, его уникальности и т. д.;

соответствие требованиям потребителя, техническим условиям и стандартам (например, по габаритам, надежности, долговечности, санитарному и экологическому состоянию, экономичности);

организация предпродажного и послепродажного гарантийного обслуживания, обучение потребителя правилам пользования;

оптимальная цена, условия оплаты (предоплата, оплата по факту покупки, оплата в рассрочку), кто несет расходы по транспортировке и установке для использования, цена услуг по реализации и ее включение в цену товара;

своевременность появления на рынке с учетом сезонности реализации, готовности покупателя к использованию данного товара, формирования спроса на него.

Конкурентоспособность товара оценивают по перечисленным составляющим, в сравнении с аналогичными товарами других предприятий, которые уже получили признание, высокую оценку и обладают в данный момент высоким спросом на том же рынке.

Конкурентоспособность услуги – это многоаспектное понятие, означающее соответствие услуги условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям реализации (сервис, рекламы, сроки и т. д.).

Библиографический список

1. Калиникова Е. В. Оценка конкурентоспособности предприятий с использованием конкурентной карты рынка // Вестник УлГТУ. 2009. № 2.

2. Жданкин Н. А. Всеобщий ликбез по СМК // Экономические стратегии. 2008. № 5/6.
3. Абаева Н. П., Старостина Т. Г. Конкурентоспособность организации / под ред. Т. Г. Старостиной. Ульяновск : УлГТУ, 2010.
4. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М. : Юрайт М, 2008.
5. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Т. Г. Философовой. М. : Юнити-Дана, 2009.

А. И. Бузова

Повышение уровня социальной справедливости в Армении с помощью развития системы подоходного налогообложения

Тема подоходного налога особо актуальна для многих стран на сегодняшний день и Армения не является исключением. К основной функции налогообложения – фискальной – сегодня равно относят и распределительную, отвечающую за социальную справедливость в обществе. Подоходный налог является основным налогом, взимаемым с физических лиц, и тем самым наиболее эффективным механизмом в уравнивании доходов, а следовательно, благосостояния населения. Для Армении решение проблемы повышения уровня социальной справедливости представляет собой особую важность как ни для какой другой страны. Характерной чертой экономики РА является сильнейшая поляризация доходов. Последние расчеты, проведенные группой армянских экономистов во главе с Э. М. Сандояном, показали, что уровень бедности в РА составляет около 60% населения, а соотношение доходов самой бедной и самой богатой групп составляет 1:15 [1, с. 299–300]. По сути, мы имеем два слоя населения – богатейший и беднейший.

В настоящее время в качестве наиболее эффективного метода обеспечения социальной справедливости возможно использовать подоходный налог. Ведь социальная справедливость в обществе определяется справедливостью распределения доходов. Таким образом, подвергая доходы населения налогообложению по определенным ставкам (в зависимости от поставленных задач) можно наиболее быстро и эффективно достигнуть необходимых результатов. Причем в научном мире уже было доказано превосходство подоходного налогообложения над правовыми нормами в перераспределении доходов [2, с. 667–681], а следовательно и в обеспечении социальной справедливости.

Налоговая система РА функционирует уже на протяжении 20 лет, претерпевая различные реформы, однако, подойти к совершенной системе до сих пор не удалось. Одна из последних попыток совершенствования в сфере налогообложения коснулась подоходного налога. С 1 января 2013 г. в РА действуют новые ставки подоходного налога. Как мы видим, на сегодняшний день в Армении действует двухуровневая система подо-

ходного налогообложения и соответственно две ставки подоходного налога – 24,4 и 26,0% для доходов до и свыше 120 000 драмов. Новые ставки выше прежних, однако, следует отметить, что данное повышение считают обоснованным. По сути, с 1 января 2013 г. действует единый налог, включающий в себя подоходный налог и социальные выплаты (см. таблицу).

Ставки подоходного налога в Республике Армения

Размер ежемесячного облагаемого дохода	Сумма налога
До 2013 г.	
До 80 000 драмов	10% облагаемого дохода
От 80 000 до 200 000 драмов	8 000 драмов + 20% с суммы, превышающей 80 000 драмов
Свыше 200 000 драмов	392 000 драмов + 25% с суммы, превышающей 200 000 драмов
После 2013 г.	
До 120 000 драмов	24,4% облагаемого дохода
Свыше 120 000 драмов	29 280 драмов + 26% с суммы, превышающей 120 000 драмов

Таким образом, в плане развития системы подоходного налогообложения был сделан шаг вперед. Однако этот шаг был сделан не на пути к повышению уровня социальной справедливости, а к упрощению системы. Так, вместо прежних трех уровней, сейчас действует два, вдобавок к этому проще стала процедура подсчета и выплаты подоходного налога. Данный налог обязаны выплачивать работодатели в электронном виде. По идее единый налог не должен приводить к сокращению реальных заработных плат, так как это в свою очередь должно будет привести к росту налоговых отчислений для работодателей. Но в реальности население чувствует на себе действие повышенных ставок налога, что соответственно приводит к недовольству.

Проведенная реформа привела лишь к упрощению системы подоходного налогообложения. В действительности прогрессивность практически исчезла. Разница в ставках 24,4 и 26,0% незначительная, а средний уровень месячной номинальной заработной платы по состоянию на январь 2014 г. составил 161 005 драмов [3]. Если взять среднестатистический пример, то получим заработную плату в 161 005 драмов облагаемую подоходным налогом в размере 26%. Налицо отсутствие прогрессии в ставках подоходного налога, а это значит, что полностью нарушено соблюдение принципа социальной справедливости при налогообложении. Помимо этого на сегодняшний день отменен такой вычет из налогооблагаемой базы, как минимальная заработная плата. Данный факт еще более усугубляет положение основной массы граждан рассматриваемой страны.

Выработка направлений любого реформирования системы налогообложения должна происходить с учетом того, что среди плательщиков налогов присутствуют самые различные группы, которые объединены между собой по способности одинаково нести налоговое бремя.

Справедливая налоговая система не может этого не учитывать. Ни для кого не секрет сегодня, что для Армении характерна сильнейшая поляризация доходов, а значит и крайне несправедливое распределение национального дохода и система подоходного налогообложения, как инструмент регулирования данной ситуации, не работает. В результате мы имеем очень высокий уровень бедности и сильнейший разрыв между богатыми и бедными. Вдобавок к этому реформа 2013 г. только усугубила ситуацию.

При изучении ситуации в Армении становится понятно, что здесь необходима система подоходного налогообложения с прогрессивными ставками. Причем система должна быть построена так, чтобы основное бремя легло на плечи самых богатых людей. Зная об уровне жизни основной части населения и об уровне бедности, нельзя забывать о минимуме доходов, необходимом для проживания, т. е. необходимо вернуть минимальную заработную плату в качестве вычета из налогооблагаемой базы. Идея о неприкосновенности той части дохода, которая идет на удовлетворение необходимых потребностей его владельца, нашла свое выражение в законодательствах всех стран, имевших подоходный налог. При повсеместном введении подоходного налога в европейских странах, США и России был установлен минимум, свободный от налогообложения, величина которого определяется в зависимости от уровня средних потребностей населения, уровня инфляции, от фискальных потребностей государства. В случае с Арменией неплохо бы было в качестве необлагаемого минимума ввести, хотя сумму равную стоимости потребительской корзины, так как именно она включает необходимый набор потребления для человека.

Таким образом, с целью повышения социальной справедливости необходимо развивать систему подоходного налогообложения. Нам это развитие представляется в виде введения прогрессивной шкалы подоходного налога. Причем данное введение должно быть проведено с различными оговорками и ограничениями. Так, например, необходимо полное (или хотя бы частичное в некоторых случаях) освобождение от данного вида налога:

- 1) малообеспеченных слоев населения;
- 2) социально-значимых расходов населения (расходы на образование, медицинские расходы и пр.);
- 3) минимальной заработной платы.

Также необходимо учитывать способности и доходы различных групп населения и не забывать о действии принципа Лаффера (с целью сохранения стимулов).

Библиографический список

1. Сандоян Э. М., Аветисян А. Г. Проблема преодоления бедности в контексте формирования долгосрочных финансовых ресурсов в Армении // Цикличность глобальных процессов, циклы Кондратьева и долгосрочная концепция развития России и глобального мира : тезисы докладов VIII Междунар. Кондратьевской конф. (Москва, 1–2 ноября 2012 г.). М., 2012.
2. Kaplow L., Shavell S. Why the legal system is less efficient than the income tax in redistributing income // *Jornal of Legal Studies*, Vol. 23, no. 2. Jun., 1994.
3. Данные Национальной статистической службы Армении. URL : <http://www.arm-stat.am>.

Д. С. Ворончихина, О. Л. Герлин, А. Н. Мурзина

Корпоративная культура современной фирмы

Термин «корпоративная культура» появился в XIX веке. Он был сформулирован и применен немецким фельдмаршалом Мольтке, который использовал его, характеризуя взаимоотношения в офицерской среде. В этот исторический период писанные и неписанные правила поведения сформировались внутри профессиональных сообществ, распространялись на командный состав всех слоев. Например, необходимым атрибутом офицерской «корпоративной единичности» являлся сабельный шрам. Нарушения этих правил могли приводить к исключению их членов [1, с. 68]. В связи с этим многие вопросы, относящиеся к корпоративной культуре, новыми не представляются.

Рассмотрим данное понятие в современном мире. Корпоративная культура – это новая область знаний, входящая в серию управленческих наук. Она выделилась из новой области знаний – корпоративного управления, изучающего общие подходы, принципы, законы и закономерности в управлении большими и сложными организациями. Суть понятия «Корпоративная культура» состоит в том, что каждая организация, имеет свою собственную историю, организационную структуру, виды коммуникаций, внутриорганизационные традиции [2, с. 23].

Корпоративная культура для отечественного бизнеса считается молодым термином. В роли идеолога и носителя корпоративной культуры должны выступать гендиректор и основатели компании. Например, данный способ формирования корпоративной культуры и сохранения корпоративного духа является самым эффективным и естественным, что и использовал – основатель крупнейшей автомобильной корпорации Форд. Он здоровался со своими рабочими за руку и поздравлял их с семейными торжествами, создавая на своих заводах именно эту самую культуру – общую благоприятную атмосферу среди персонала всех уровней – эфемерное явление, которое нельзя потрогать в буквальном смысле, но чьи плоды весьма материальны, так как напрямую способствуют увеличению доходов компании.

В современном мире для развития корпоративной культуры в компании необходимо учитывать следующие принципы:

- 1) нематериальную мотивацию персонала;
- 2) корпоративную адаптацию новичков, чтобы помочь им в понимании рабочего процесса;
- 3) размещение ценностей корпоративной культуры в различных сообщениях, стендах, страницах СМИ;
- 4) регулярную организацию выступлений, рассматривающих корпоративные ценности;
- 5) использование методов вдохновения сотрудников на работу.

Например, за счет выступления лучших работников, освещающих цели перед коллективом. При этом данные составляющие должны приниматься и поддерживаться большинством членов коллектива [2, с. 15]. При схожем уровне контекста понятия «корпоративная культура» у разных авторов возникают следующие различия в толковании. Многие ученые полагают, что понятие корпоративная культура в значительной степени отражает усвоенные нормы, которые определяют поведение работников данной фирмы. Экономисты из США Э. Этос и Р. Пэскэйл подразумевают под этим «высшие цели» и «духовные ценности», которые в Японии, к примеру, коренятся в дзен-буддизме. Известнейший антрополог М. Мид называет культуру, в том числе корпоративную, основой усвоенного поведения.

Основными элементами корпоративной культуры большинство ученых называют: человеческий фактор, лояльность работника к компании, набор традиций, задача которых – укреплять внутреннюю структуру организации.

Таким образом, корпоративную культуру можно детерминировать как набор наиболее важных положений, принимаемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.

Библиографический список

1. *Понятие корпоративной культуры и его значение в современном мире.* Дискуссионный клуб FLT // Межкультурная коммуникация : сб. науч. статей. М., 2000.
2. *Сливак В. А.* Корпоративная культура: теория и практика. М. : Питер, 2001.

М. А. Восканян

Научно-исследовательский потенциал Армении – источник экономического роста

Современный мир все большее значение придает образованию, как одному из самых важных факторов формирования качественного экономического роста страны. Важность эта очевидна не только на уровне од-

ной конкретной страны, но и на фоне всего человечества в целом. В настоящее время конкурентные преимущества экономик мира в большей степени достигаются не за счет природных ресурсов, а знаний, информации, инноваций, которые становятся доминантными в достижении экономического роста стран. Этим объясняется все возрастающий интерес, проявляемый к развитию человеческого капитала ведущими зарубежными и отечественными учеными.

Сегодняшняя экономика не может развиваться без участия научно-исследовательской составляющей. Безусловно, все еще актуальны теории роста, основанные на сырьевом подходе. Однако ясно, что в условиях современности, расширение потенциального ВВП, и тем более, осуществление серьезного скачка в развитии, на первый план выходит именно научно-исследовательский элемент. «Характерной чертой современного мирового хозяйственного развития является переход ведущих стран к новому этапу формирования инновационного общества – построению экономики, базирующейся преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний» [1].

Между тем, именно в таких странах потребность в более высоких темпах экономического роста очевидна. Из этого следует, что государственная политика по развитию образования имеет доминирующее значения в развивающихся экономиках, к числу которых относится и Армения.

Согласно определению ООН, экономика, основанная на знаниях, или экономика знаний – это экономика, которая создает, распространяет и использует знания для обеспечения своего роста и конкурентоспособности. В экономике данного типа знания обогащают все отрасли, все сектора и всех участников экономических процессов. В экономике знаний трансформируется не только содержание и роль человеческого капитала, но и роль и значение инвестиций в человеческий капитал, прежде всего образования [2]. С экономической точки зрения, инвестиции в человеческий капитал – это затраты, произведенные в социальной сфере в целях будущего увеличения производительности труда и способствующие росту будущих доходов как отдельных носителей капитала, так и общества в целом [3].

Страны постсоветского пространства до сих пор не преодолели институциональную несостоятельность экономик. Очевидно, что развитие такими темпами не может привести к существенному рывку экономики. С другой стороны, до сих пор не прослеживается четкая направленность отмеченных экономик в сторону развития научно-технического потенциала.

Межстрановой анализ стран постсоветского периода показывает очень небольшую долю расходов на науку по отношению к ВВП (рис. 1). Более того, чем беднее страны, тем меньшую долю составляет процент расходов на НИР. Это в свою очередь не может не привести к углублению институциональной несостоятельности этих стран, а значит к их еще

большему отставанию от мировых тенденций в развитии экономик. Более того, сопоставляя расходы на НИР в наиболее развитых странах мира, а также средние показатели по миру становится ясно, что в странах постсоветского пространства явно теряется научный потенциал (рис. 2).

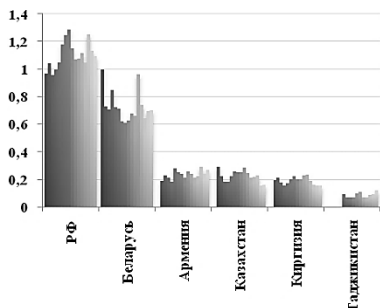


Рис. 1. Совокупные расходы на НИР, % от ВВП, дол., 1996–2011 гг. [4]



Рис. 2. Совокупные расходы на НИР, % от ВВП, дол., 2011 г. [4]

В этом смысле Армения является ярким примером. Достаточно взглянуть на некоторые показатели, чтобы стало очевидно насколько незначительны финансовые вложения в научно-техническую составляющую экономического роста в Армении. Так расходы на образование и науку составляют мизерную долю от ВВП, тогда как в развитых странах этот процент значительно выше (рис. 3).

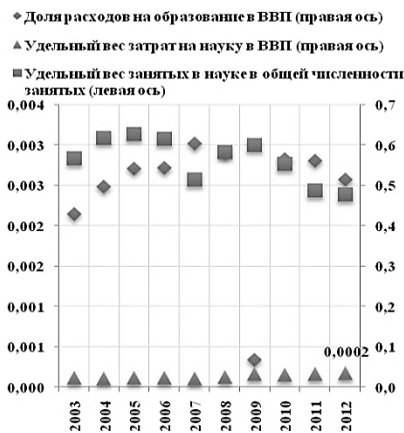


Рис. 3. Наука и образование в Армении [5]

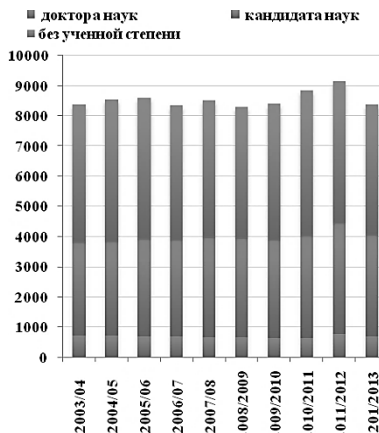


Рис. 4. Структура ППС в вузах Армении, чел. [5]

Причем речь идет как о государственных, так и частных вложениях. Вместе с тем, число занятых в наукоемком производстве также составляет небольшую цифру. Учитывая географическое и геополитическое положение Армении, такая незначительная доля работников, занятых в науке должна, прежде всего, насторожить, поскольку этот факт означает потери человеческого потенциала и развития человеческого капитала, что для такой страны как Армения должно стоять на первом месте.

С другой стороны, рассматривая научный потенциал, заложенный в системе высшего образования, опять же нельзя говорить о положительных тенденциях (рис. 4). Несмотря на то, что рост института аспирантуры в последние годы ярко наблюдается, количество преподавателей, а значит, научный потенциал в вузах не имеет тенденции роста.

Библиографический список

1. *Казарян М.* Концептуальные подходы к формированию конкурентоспособного человеческого капитала // Человек и труд, 2008. № 10.
2. *URL* : <http://www.lomonosov-msu.ru/2007/24/SvetaRaz@rambler.ru.doc.pdf>.
3. *URL* : <http://www.conf.bstu.ru/conf/docs/0033/0806.doc>.
4. *URL* : <http://data.worldbank.org/indicator>.
5. *URL* : <http://armstat.am>.

С. Р. Гусейнова

Внедрение экологически чистой технологии горячего цинкования в деятельность ОАО «Челябинский цинковый завод»

В настоящее время идет разработка различных современных технологий, которые позволяют выпускать меньшее количество выбросов с производства, загрязняющих атмосферу. Такой современной и экологически чистой технологией является горячее цинкование. ОАО «Челябинский цинковый завод» вводит в свое производство современное оборудование, которое позволяет уменьшить количество вредных выбросов в окружающую среду. ОАО «Челябинский цинковый завод» – вертикально-интегрированная компания, в которой представлен полный технологический цикл производства металлического цинка: от добычи и обогащения руды до выпуска готовой продукции в виде рафинированного цинка и сплавов на его основе [1].

Для выпуска качественного металла создаются новые, современные технологии горячего цинкования, возрастают требования к соблюдению экологических норм, которые обуславливают необходимость вывода на российский рынок современного оборудования. Это задача важная, и для отечественной промышленности весьма актуальная. За рубежом существует ряд компаний, которые долгие годы занимаются производством та-

кого оборудования. Работая на международном рынке, они поставляют линии в разные страны мира. В июне 2007 г. ОАО «Челябинский цинковый завод» произвел сделку по приобретению ведущего британского производителя цинковых и алюминиевых сплавов для литья под давлением, компании Brock Metal, что позволило компании расширить ассортимент продукции за счет продуктов с высокой добавленной стоимостью. Это очень важный момент, потому что окупаемость производства возможна лишь при условии продаж нескольких линий в год [2].

Если говорить о производстве чистого российского оборудования, то даже при высочайшем уровне качества низкий уровень продаж не позволит заводу-производителю выйти на порог рентабельности. Это с одной стороны. С другой – производитель должен не только поставить оборудование, но и передать технологию, провести обучение персонала. Это условие прописано в любом договоре с иностранными компаниями. А в России в настоящий момент существует острый дефицит специалистов по горячему цинкованию. Ни один вуз и ни одна организация на системном уровне не проводит их подготовку. Поэтому дело не только в том, чтобы произвести оборудование, чтобы его продать, добиться окупаемости, но и в том, что люди, которые занимаются производством этого самого оборудования, должны иметь опыт цинкования и уметь передать технологию заказчику.

Если мы говорим про цинкование, то все современные заводы поставляются с комплектом оборудования, которое позволяет минимизировать до абсолютно приемлемых норм выбросы в атмосферу. В Западной Европе очень жесткие требования к экологической безопасности, при этом трудно найти место, удаленное от жилья, поэтому все опасные производства выведены в страны третьего мира, но горячее цинкование процветает. В России также действуют строгие экологические нормы. Но поступающая на завод техническая вода не соответствует требованиям, предъявляемым к сточным водам. Поэтому с полной ответственностью можно сказать, что на сегодняшний день все российские цинковые производства оснащены современным оборудованием для очистки промышленных отходов, и наличие данного оборудования является обязательным условием деятельности заводов цинкования. Постоянное повышение результативности и непрерывное совершенствование в деятельности ОАО «Челябинский цинковый завод», позволяет производить высококачественную продукцию. На данный момент ОАО «Челябинский цинковый завод» активно устанавливает долгосрочные отношения со своими заказчиками за счет предоставления им высококачественной продукции по разумной цене и на выгодных условиях поставки [3].

Если говорить в целом, то сегодня на мировом рынке действует достаточное количество поставщиков, которые способны удовлетворить все запросы российских заводов горячего цинкования. Дальнейшее развитие

производства, расширение сырьевой базы призваны закрепить лидирующие позиции ОАО «Челябинский цинковый завод» в цинковой отрасли России и максимально обеспечить растущие потребности отечественной промышленности в цинке высочайшего качества и сплавах на его основе [4].

Библиографический список

1. *ОАО «Челябинский цинковый завод»*. URL : <http://www.zinc.ru>.
2. *ОАО «Челябинский цинковый завод» Металлургический комплекс*. URL : <http://www.zinc.ru/metallurgy>.
3. *ОАО «Челябинский цинковый завод» Потребители*. URL : <http://www.zinc.ru/metallurgy/suppliers-consumers>.
4. *Металлургический сервер «МеталлОнлайн»*. URL : http://www.metall-online.net/manufacters/manufacters_241.html.

А. С. Дегтерев

Информационное развитие общества в новых экономических условиях

В научной литературе при рассмотрении понятия «информационное общество» чаще всего выделяют несколько аспектов: технологический, экономический, профессиональный, пространственный и культурный [1; 2; 3].

Технологический аспект информационного общества связан с радикальными технологическими инновациями в производстве, хранении и передаче информации, которые произошли благодаря росту быстродействия компьютеров, снижению издержек их производства и как следствие – распространению практически во всех сферах человеческой жизни.

Экономический аспект информационного общества обусловлен процессом «информационной экономики» или информационного сектора экономики. К этому сектору Фриц Махлуп в 1962 г. отнес следующие отрасли: образование, средства массовой информации, производство электронной техники, информационные услуги и другие виды деятельности, связанные с информацией, например научные исследования и конструкторские разработки.

Профессиональный аспект информационного общества тесно связан с экономическим, поскольку подчеркивает возрастающую долю занятых, чья профессия связана с информационной работой.

Пространственный аспект информационного общества делает акцент на возникновении информационных сетей, которые существенно изменили представления о взаимодействии между людьми в пространстве и времени.

Культурный аспект информационного общества – это изменение повседневной жизни людей и их ценностных ориентации в результате бур-

ного распространения информационных технологий. Образ жизни современных людей предполагает в качестве естественных компонентов возможность надомной работы, проживание в «электронном коттедже», круглосуточный доступ к банковским услугам и совершению покупок, реалити-шоу по телевидению и многое другое, что стало осуществимым благодаря информационным технологиям и Интернету.

В данном контексте особое значение приобретает рассмотрение концепций информационного развития общества. Одна из таких концепций – концепция экономики знаний. Термин «экономика знаний» ввел в оборот Фриц Махлуп, понимая под ним просто сектор экономики. Сейчас этот термин используется для определения типа экономики, где знания играют решающую роль, а производство знаний становится источником роста. Сегодня инвестиции в знания растут быстрее, чем вложения в основные фонды. 90% всего количества знаний, которыми располагает человечество, получено за последние 30 лет, так же как 90% общего числа ученых-инженеров, подготовленных за всю историю цивилизации, – наши современники. А это явные признаки перехода экономики, основанной на использовании природных ресурсов, к экономике знаний.

Постоянные инновации в производстве, технологии, управлении, правовых нормах и других значимых сферах жизни стали нормой. Это меняет не только производственную базу общества, но и социально-экономические отношения, культуру, межличностные взаимосвязи; в конечном итоге меняются требования к самой человеческой личности – к ее способности быстро приспосабливаться к переменам, усваивать, продуцировать и распространять новые знания, развивать свои творческие возможности в условиях экономики знаний.

Американский социолог Р. Кроуфорд ключевую роль в процессе развития человеческого общества также отводит знаниям и называет современное общество «обществом знания». Новые знания приводят к возникновению новой технологии, что, в свою очередь, приводит к экономическим изменениям, что в итоге приводит к созданию новой парадигмы, или нового видения мира. Эту модель можно использовать для объяснения тех серьезных экономических, социальных и политических изменений, которые сейчас происходят в мире. Далее, различая понятия «знания» и «информация», Р. Кроуфорд указывает, что знание – это способность применить информацию к конкретному роду деятельности.

Американский экономист В. Мартин определяет информационное общество как общество, в котором качество жизни, так же как и возможности социальных изменений и экономического развития, все в большей степени зависит от информации и ее использования.

Термин «информационное общество» был введен в научный оборот в начале 1960-х годов В. Махлупом и Т. Умесао. Информационное общество представляет собой общество, в котором имеется в изобилии высокая

по качеству информация, а также есть все необходимые средства ее распределения. Наряду с этим термином употребляются такие понятия, как «технотронное общество», «общество знания», «постиндустриальное общество».

В работе А. И. Ракитов «Будущее России: социально-технологическая модель» рассматривает технологические основы развития общества. Он выделяет пять технологических укладов. Каждый из этих технологических уровней становился возможным благодаря происходившей в соответствующий исторический период информационной революции. Информационный фактор, в глобально-историческом масштабе, является решающим для понимания человеческой истории и перспектив развития общества. Разумеется, жизнь общества не сводится к одной лишь технологии. Важнейшие факторы его развития – культура, религия, искусство, национальные традиции и социальное творчество. Но, признавая это, следует ясно понимать, что в основе всех этих видов человеческой активности лежат фундаментальные технологии и процессы. Под технологией А. И. Ракитов понимает «сложную систему, в основе которой – применение орудий, инструментов, аппаратов, использующих наработанные человечеством навыки, знания и умения, а также адекватная информация, система управления необходимыми ресурсами (кадровыми, транспортными, финансовыми, энергетическими, сырьевыми), наконец, подсистема различных социальных, экономических, экологических и иных последствий, связанных с внедрением данной технологии» [3]. Одной из важнейших задач современной России он считает создание высокотехнологизированного, общедоступного и качественного образования, благодаря которому можно решить проблемы развития инновационных процессов и внедрения высоких технологий во все сферы деятельности – в производство, науку, образование, культуру и быт. Выработка современной государственной политики, прежде всего технологической, создание правового демократического государства, превращение России в страну, привлекательную для жизни, невозможны без революции в сфере национального образования, а она также предполагает внедрение высоких образовательных информационных технологий.

В рамках рассмотрения вышеназванных концепций важно рассмотреть информацию и знания как фактор общественного развития и производства. Это связано с тем, что:

во-первых, информация представляет собой такое условие производства, которое не потребляется в производственном процессе и может использоваться в неограниченном количестве воспроизводственных циклов. Потребление информации тождественно формированию нового знания. В процессе коммерческого использования информация и знания не потребляются (в том понимании, как потребляются остальные производственные ресурсы), а наоборот наращиваются;

во-вторых, процесс передачи информации основан на взаимодействиях между субъектами рынка и невозможен без соответствующих усилий не только ее производителя, но и потребителя. В информации есть объективная сторона, связанная с затратами на получение определенного пакета данных. Но ценность информации в высшей степени субъективна и обусловлена ее необходимостью, важностью для получателя. В связи с этим амплитуда колебаний цен на одну и ту же информацию, потребляемую различными пользователями, столь велика, что ставит под сомнение возможность использования традиционных рыночных индикаторов для оценки ее стоимостного вклада в анализируемый бизнес;

в-третьих, создание знаний и информации представляется процессом сугубо индивидуальным; их стоимость не может быть определена исходя из «стоимости» произведшей их рабочей силы;

в-четвертых, информация, имеющая свойство безгранично распространяться, характеризуется не редкостью, а избирательностью, в результате чего, даже приобретя формальные права на информационный продукт, т. е. став его собственником, не каждый может им воспользоваться, ибо для этого требуется целый набор качеств, отличающих современную личность.

Любое знание и значимая информация всегда являются уникальными. Они могут тиражироваться. Но тиражирование не есть серийное производство, как в случае с материальными объектами. И растиражированная идея не приводит к созданию нового объекта собственности и оценки. Она продолжает оставаться одной и той же идеей, одним объектом, к которому, в принципе, неприменимо множественное число. Разобраться, является ли участвующая в бизнесе информация (знания) объектом собственности или же это всего лишь незаконно используемый «клон» — непростая задача. Это связано с тем, что знания могут быть использованы не только личностью, достигшей их, но и теми, кто ознакомился с составляющей их информацией [1].

Несмотря на указанные специфические особенности, информация и знания, как и другие факторы производства, имеют долгосрочный характер. Они могут использоваться в производстве в течение длительного периода времени, участвуя не в одном производственном цикле. Использование информации и знаний обеспечивает прирост стоимости, что характеризует ее как фактор производства, осуществляющий свой вклад в процесс создания прибавочного продукта наряду с другими («классическими») факторами производства.

Одним из примеров использования знаний как фактора производства является создание технопарков.

Другой пример — научно-промышленные «кластеры», в задачу которых входит эффективное освоение и практическая реализация новых научных идей. Под «кластерами» понимаются деловые и научные контак-

ты между учеными, инженерами и бизнес-сообществом. Развитие и использование «кластерных» форм сотрудничества ученых, инженеров и бизнесменов стало объективно необходимым вследствие их высокой эффективности в экономическом освоении новых научных идей.

Следующий пример – венчурное инвестирование. Смысл венчурного бизнеса в том, чтобы представить средства компаниям, не имеющим иных источников финансирования в обмен на часть пакета акций, который венчурный инвестор продает через несколько лет после вступления в бизнес за цену, многократно превосходящую первоначальные вложения. Венчурный капитал – это долгосрочный рискованный капитал, инвестируемый в новые и быстрорастущие компании, многие из них – малые высокотехнологичные фирмы, реализующие инновационные проекты, для которых трудно привлечь традиционные инструменты финансирования, такие как банковские кредиты, лизинговые программы или выпуск акций на бирже [2]. Венчурные инвесторы предоставляют таким перспективным фирмам финансирование в надежде на их быстрый рост и будущие высокие прибыли. Быстроразвивающийся сектор высокотехнологичных фирм играет важную роль в обеспечении конкурентоспособности национальных экономик многих стран.

Библиографический список

1. Каблов Е. Н. Шестой технологический уклад // Наука и жизнь. 2010. № 4.
2. Климов С. М. Интеллектуальные ресурсы общества. СПб. : Знание, 2002.
3. Ракитов А. И. Будущее России: социально-технологическая модель // Общественные науки и современность. 1996. № 2.

С. Г. Ежов, К. С. Ежов

Физическая культура и спорт: социальный аспект в условиях рыночной экономики

Физическая культура и спорт, наряду с образованием и здравоохранением, являются важнейшей отраслью социальной сферы, отвечающей за здоровье населения и способствующей всестороннему развитию личности. Получаемый социальный эффект многократно компенсирует все расходы на отрасль, формируя высокий уровень личностной культуры людей, содействуя повышению уровня здоровья и продолжительности их жизни, формированию жизненно важных двигательных умений и навыков, разностороннему развитию физических способностей, развитию способности широких слоев населения адаптироваться к сложным ситуациям и противостоять повышенным стрессовым нагрузкам в условиях рыночной экономики и демократического общества.

Реализация функций системы деятельности в области физической культуры обеспечивается:

ее социальной ориентацией в ходе управления;
исполнением стратегии развития и социального заказа системе в направлении физического воспитания людей разных групп, формирования общественно ценного физического состояния возраста и достижение результатов высокой дееспособности и спортивного мастерства;

предметной ориентацией совместной деятельности субъектов-операторов (специалистов) и объектов-медиаторов для решения задач передачи и восприятия социального опыта и социальной практики физического воспитания, формирования личностной физической культуры и спортивных достижений.

Социальная ориентация и управление отраслью «физическая культура» осуществляется путем определения стратегии развития, социального заказа системе, ресурсного обеспечения деятельности, социальной организации деятельности, планирования деятельности, контроля за ходом и результатом деятельности, коррекции содержания и направлении деятельности в соответствии с состоянием общества обеспечивается за счет согласования деятельности структурных компонентов системы, определения и поддержания иерархии в рамках связей и отношений, а также на основании причинности развития и следствий.

Обеспечение согласования деятельности структурных компонентов системы, определение и поддержание иерархии в рамках связей и отношений и управление обеспечивается отраслью «физическая культура».

Исходя из целевой установки системы физической культуры и спорта в стране возможно формирование цели деятельности отрасли «физическая культура». Стратегической целью отрасли, в таком случае, является создание условий, обеспечивающих формирование личностной физической культуры граждан, предоставляющих «возможность для граждан страны вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получить доступ к развитой спортивной инфраструктуре, а также повысить конкурентоспособность российского спорта» (Стратегия развития физической культуры и спорта на период до 2020 г.).

Основными направлениями деятельности отрасли «физическая культура» являются те, которые в полной мере позволяют реализовать задачи отрасли. К числу таких, используя информацию, изложенную в стратегии развития физической культуры и спорта на период до 2020 г., можно отнести:

1. Создание новой национальной системы физкультурно-спортивного воспитания населения, разработка системы физического воспитания и развития человека в различные периоды его жизни (разработка и формирование организационной основы управления развитием физической культуры и спорта; совершенствование системы спортивных и физкультурных мероприятий; совершенствование взаимодействия субъектов фи-

зической культуры и спорта; разработка параметров двигательной активности для населения различных возрастных и социальных групп).

2. Разработка и реализация комплекса мер по пропаганде физической культуры и спорта как важнейшей составляющей здорового образа жизни (определение приоритетных направлений пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни; поддержка реализации проектов по развитию физической культуры и спорта в средствах массовой информации; пропаганда нравственных ценностей физической культуры и спорта, идей олимпизма; оказание информационной поддержки населению в организации занятий физической культурой и спортом; разработка системы мер по популяризации здорового образа жизни, физической культуры и спорта в образовательных учреждениях, по месту работы, жительства и отдыха населения и др.).

3. Модернизация системы физического воспитания различных категорий и групп населения (модернизация физического воспитания в образовательных учреждениях; совершенствование физического воспитания взрослого населения, в том числе лиц, нуждающихся в социальной поддержке; совершенствование физического воспитания лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов и привлечение их к занятиям спортом; улучшение физической подготовки военнослужащих и лиц, проходящих специальную службу, развитие военно-прикладных и служебно-прикладных видов спорта; повышение эффективности физической подготовки молодежи допризывного возраста; улучшение физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы среди социально незащищенных слоев общества).

4. Совершенствование подготовки спортсменов высокого класса и спортивного резерва для повышения конкурентоспособности российского спорта на международной спортивной арене (развитие детско-юношеского спорта, системы отбора и подготовки спортивного резерва; развитие студенческого спорта; совершенствование системы развития спорта высших достижений; усиление мер социальной защиты спортсменов и тренеров; укрепление международных спортивных связей).

5. Развитие организационно-управленческого, кадрового, научно-методического, медико-биологического и антидопингового обеспечения физкультурно-спортивной деятельности (совершенствование системы управления сферой физической культуры и спорта на всех уровнях; улучшение кадрового обеспечения физической культуры и спорта; создание научно-методической базы, повышение эффективности медико-биологического и антидопингового обеспечения физической культуры и спорта).

6. Развитие инфраструктуры системы физической культуры и спорта и совершенствование финансового обеспечения физкультурно-спортивной деятельности (разработка мер по обеспечению инновационного

характера создания и развития инфраструктуры сферы физической культуры и спорта; определение показателей эффективности использования объектов спорта; улучшение оснащения объектов спорта необходимым спортивным оборудованием и инвентарем для занятий физической культурой и спортом; модернизация предприятий, производящих товары для занятий физической культурой и спортом; разработка комплекса мер по развитию малого предпринимательства и частно-государственного партнерства в сфере физической культуры и спорта; развитие баз подготовки спортсменов высокого класса, включая спортсменов паралимпийцев и сурдлимпийцев; разработка отраслевых нормативов финансирования физической культуры и спорта; совершенствование системы оплаты труда в сфере физической культуры и спорта).

7. Создание системы обеспечения безопасности на объектах спорта и организации работы с болельщиками и их объединениями (разработка комплекса мер по улучшению общественной безопасности на объектах спорта; определение системы мер по организации работы с болельщиками и их объединениями).

Потребность в совершенствовании самой системы физической культуры и спорта и решении поставленных перед ней государством и обществом задач позволяют выделить в качестве стратегических направлений развития отрасли «физическая культура» следующие:

реорганизация состава элементов системы управления на уровне ее субъектов и объектов на основе принципа регионализации и обеспечения взаимодействия федеральных, территориальных и муниципальных органов управления и систем физической культуры в условиях рыночной экономики;

совершенствование механизмов конкуренции структур отрасли, работников отрасли как основы управления системой физической культуры и спорта;

обеспечение получения прибыли в процессе функционирования всех структурных составляющих отрасли;

применение новых социально-экономических инструментов государственного и общественного регулирования системы физической культуры и спорта, основанных на маркетинговых и других системах стратегического менеджмента;

качественная подготовка специалистов высокой квалификации с учетом необходимости осуществления профессиональной деятельности в условиях рыночной экономики.

Следует обратить внимание на совершенствование механизмов обеспечения внутриотраслевой конкуренции, так как в условиях отхода от административно-командной системы управления другого способа управления системой физической культуры и спорта наукой и практикой не предлагается. Разрабатывая рынок услуг, предоставляемых физиче-

ской культурой и спортом, необходимо учитывать, что он обладает рядом особенностей, основными из которых являются нижеследующие:

специфика рынка услуг отрасли «физическая культура и спорт» преимущественно обусловлена особенностями нематериального производства;

отрасль физической культуры и спорта является областью преимущественно некоммерческой деятельности;

в спорте, и особенно в физическом воспитании, как в отрасли преимущественно некоммерческой деятельности, субъект платежеспособного спроса нередко не совпадает с непосредственным потребителем.

Эти особенности деятельности определяют специфику функциональной, видовой и маркетинговой конкуренций.

Последнее направление мы, вслед за ходом рассуждений, представленных в стратегии развития физической культуры и спорта на период до 2020 г., отнесли к восьмому направлению – «развитие организационно-управленческого, кадрового, научно-методического, медико-биологического и антидопингового обеспечения физкультурно-спортивной деятельности». Тактически это верно для этапа устойчивого развития отрасли. Но в условиях перехода от одной системы к другой – она приобретает самостоятельное и важнейшее значение для реализации всех стратегических направлений.

Таким образом, как и любая отрасль социальной сферы, физическая культура и спорт заведомо затратны, однако получаемый социальный эффект многократно компенсирует расходы на отрасль, так как они представляют собой инвестиции в здоровье человека и определяют качество трудовых ресурсов страны.

М. С. Жогина

Реорганизация юридического лица как правовая категория

Жизнь современного общества немыслима без объединения людей в группы, союзы разных видов, без соединения их личных усилий и капиталов для достижения тех или иных целей. В сфере имущественного оборота объединение лиц и капиталов осуществляется в основном в форме юридических лиц.

До настоящего времени в законодательстве нет четкого определения понятия «реорганизация».

Традиционным считалось рассматривать реорганизацию как способ прекращения юридического лица. Однако реорганизация юридического лица представляет собой сложный юридический состав и может быть направлена не только на прекращение действующих, но и на создание новых юридических лиц. Принимая во внимание правопреемство как прин-

ципальное отличие реорганизации юридического лица от его ликвидации, можно сказать, что реорганизация – это прекращение либо изменение организационно-правовой формы юридического лица с переходом в порядке правопреемства его прав и обязанностей к другим лицам.

Российское законодательство развивается по модели правового регулирования реорганизации, предполагающей наличие основного закона, регламентирующего общие признаки реорганизации (ГК РФ), а также специальных законов, развивающих и адаптирующих базовые положения к отдельным формам юридических лиц (Федеральные законы «Об акционерных обществах», «Об обществах с ограниченной ответственностью»). Поэтому представляется необходимым не только закрепить в ГК РФ предложенное определение понятия «реорганизация», общее для всех видов юридических лиц, а также основные правила, касающиеся порядка ее проведения [3, с. 229].

Особое внимание требуется уделять реорганизационным договорам. Действующее гражданское законодательство (Федеральные законы «Об акционерных обществах», «Об обществах с ограниченной ответственностью») предусматривает заключение договоров при осуществлении реорганизации в форме слияния и присоединения. ГК РФ не только не регламентирует условия указанных договоров, порядок их заключения, изменения, расторжения, но даже не упоминает о них. В ст. 58 ГК РФ указывается лишь, что при слиянии и присоединении юридических лиц переход прав и обязанностей осуществляется на основании передаточного акта. Необходимо говорить о реорганизационных договорах как о самостоятельном правовом институте, являющемся основанием для проведения реорганизации.

В ГК РФ [1] следует включить не только определение понятия «реорганизационный договор», но и его существенные условия, фиксирующие права и обязанности контрагентов, составляющие основное содержание соответствующего правоотношения. При этом реорганизационный договор можно рассматривать как договор, опосредующий переход всего комплекса прав и обязанностей от одного юридического лица к другому.

Существует объективная необходимость в совершенствовании специальных нормативно-правовых актов, касающихся порядка проведения реорганизации. Так, по общему правилу, подготовка принятия решения о реорганизации заключается в предоставлении для ознакомления участников общего собрания соответствующей информации (материалов). При этом Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» среди требований, установленных для подготовки решения о реорганизации среди перечня информации (материалов) не содержится информации о реорганизации (реорганизационный договор, передаточный акт, разделительный баланс). Требуется внести изменения в п. 3 ст. 36 Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью»,

закрепив среди перечня информации (материалов), предоставляемых для ознакомления участников общего собрания, реорганизационный договор, передаточный акт, разделительный баланс.

Необходимо определить правовую природу передаточного акта и разделительного баланса. Передаточный акт (разделительный баланс), несмотря на выполняемые функции, не являются исключительно документами бухгалтерского учета. При этом требуется законодательно закрепить требования к акту, оформляющему правопреемство. В частности, следует указать, что в передаточном акте (разделительном балансе) должны содержаться сведения обо всех обязательствах долгового характера, а также всех правах требования, передаваемых реорганизуемым юридическим лицом своему правопреемнику, с обязательным указанием (подробной балансовой расшифровкой) числящихся по каждому кредитору и должнику денежных сумм [4, с. 11].

В целях усиления защиты прав кредиторов при реорганизации юридического лица, а именно в период от принятия решения о реорганизации до утверждения акта, оформляющего правопреемство. Предлагается дополнить ст. 57 ГК РФ [1] п. 4 следующего содержания: «Учредители (участники) юридического лица либо орган юридического лица, уполномоченный на то учредительными документами, обязаны незамедлительно письменно сообщить об этом органу, осуществляющему регистрацию юридических лиц, который вносит в единый государственный реестр юридических лиц сведения о том, что юридическое лицо находится в процессе реорганизации».

Необходимо внести изменение в Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». В частности, требуется изменить пункт «д» ч. 1 ст. 14 указав, что «Выделяющее юридическое лицо при регистрации выделяемого юридического лица должно представить в регистрирующий орган документы, подтверждающие стоимость активов, отражающие реальную возможность использования этих активов для исполнения обязательств перед кредиторами. При этом, передача активов в виде дебиторской задолженности с истекшими сроками исковой давности не может рассматриваться как передача активов.

Вместе с актом правопреемства в регистрирующий орган представляется заключение независимого аудитора, из которого должно следовать, что стоимость чистых активов общества, которое просит зарегистрировать заявитель, превышает не только уставной капитал, но и пассивы такого общества».

Представляется, что эффективной защите прав кредиторов может способствовать детальная регламентация права кредиторов реорганизуемого юридического лица на получение информации о его реорганизации. В соответствии с п. 1 ст. 60 Гражданского кодекса Российской Федерации

учредители (участники) юридического лица или орган, принявшие решение о реорганизации юридического лица, обязаны письменно уведомить об этом кредиторов юридического лица. В настоящее время законодательно закрепленные правила уведомления несовершенно. Необходимо внести дополнения в Гражданский кодекс Российской Федерации, а также в специальные законы об отдельных видах юридических лиц, смысл которых состоит в следующем: «Не позднее 30 дней с даты принятия решения о реорганизации юридического лица, а при реорганизации юридического лица в форме слияния или присоединения – с даты принятия решения об этом последним из юридических лиц, участвующих в слиянии или присоединении, необходимо письменно уведомить об этом кредиторов юридического лица и опубликовать в печатном издании, предназначенном для публикации данных о государственной регистрации юридических лиц, сообщение о принятом решении.

В уведомлении, направляемом кредиторам реорганизуемого юридического лица указывается: кем и когда было принято решение о реорганизации юридического лица; форма проводимой реорганизации, порядок и сроки ее проведения; предполагаемые правопреемники юридического лица, пропорция раздела активов и пассивов между ними; адрес для направления кредитором ответа и требований к реорганизуемому юридическому лицу».

Не уведомление кредиторов является грубым нарушением порядка реорганизации, поэтому требуется установить ответственность за невыполнение требований п. 1 ст. 60 Гражданского кодекса Российской Федерации [1].

Перевод долга в результате универсального правопреемства при реорганизации юридических лиц является переводом долга на основании закона. Однако, в данном случае правильнее было бы говорить о «переходе долга» на основании закона как о новой категории, характерной именно для реорганизации юридических лиц. В этом смысле сама реорганизация будет юридическим фактом, порождающим переход долга. Предлагаем изменить п. 2 ст. 60 ГК РФ, изложив его в следующей редакции: «Кредиторы реорганизуемого юридического лица в течение 30 дней с даты направления им уведомления или в течение 30 дней с даты опубликования сообщения о принятом решении вправе письменно потребовать досрочного прекращения или исполнения обязательства должником, по которому является это юридическое лицо, и возмещения убытков».

Считаем необходимым внести изменение в ГК РФ, добавив его ст. 392-1 следующего содержания: «В результате универсального правопреемства при реорганизации юридических лиц обязанности должника переходят к новому должнику на основании закона (переход долга)».

П. 4 ст. 60 ГК РФ [2] предусматривает солидарную ответственность вновь возникших юридических лиц по обязательствам реорганизованного юридического лица перед его кредиторами.

Предлагаем внести изменения в законодательство, закрепив меры, способствующие определению должника, предупреждению применения солидарной ответственности, а в случае необходимости – расширение сфер ее применения с возможностью использования аналогии закона. Требуется уточнить формулировку п. 4 ст. 60 ГК РФ, изложив ее в следующей редакции: «Если разделительный баланс не дает возможности определить правопреемника реорганизованного юридического лица, вновь возникшие и продолжающие существовать юридические лица несут солидарную ответственность по обязательствам реорганизованного юридического лица перед его кредиторами» [1].

Подводя итог исследованию укажем на наличие довольно большого количества проблем, реализация предлагаемых мер позволит повысить эффективность правового регулирования реорганизации юридических лиц.

Библиографический список

1. *Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)* от 30 ноября 1994 г.
2. *Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)* от 25 декабря 1996 г.
3. *Серьезнова О. А.* Федеральный закон о государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: проблемы применения // *Право и экономика*. 2011. № 4.
4. *Соцкова А. В.* Некоторые вопросы реорганизации акционерных обществ // *Юридический мир*. 2010. № 1.

Л. М. Kapustina, T. L. Sysoeva, A. A. Troshkina

Internet-marketing promotion of regional brand

In current marketing communication the internet is taking the essential place. According to the Association of the Communication Agencies in Russia (ACAR) in 2013 about 22% of the total marketing budget was spend to the media and context advertising in virtual space by national companies. In this situation the internet advertising is still one of the major segments of the market, which keeps the rapid growth with the annual increase by 25–35% [5]. This rapid growth demands from the marketing researches the serious study of the marketing tools and methods to promote in the internet more efficiently.

Often the internet-marketing is known to be the advertising in the internet, including the e-mail advertisements [3], or the reach of the marketing targets by using digital technologies [1], or using the internet or other digital communication with target markets by the most efficient tools [7]. Many authors agreed that the internet-marketing is based on the traditional marketing and they add the following: in the promotion mix the virtual communications play the major role and it's the same for the companies, products and the services.

The Institution of the Direct Marketing (IDM) provides the following the most competed definition of the internet-marketing: it's the integrated usage of the communication channels in virtual space for the supporting the marketing

activity of the company, targeting on the profit and customer loyalty with the improving the on-line services for the best customer satisfaction and the increasing their knowledge about the company, the brand knowledge, the products and the services [6]. The key point for us in this determination is the presence the customer loyalty goal and the profitable mutual benefit long-term relationship with the clients. So the innovation of our approach is based on the relationship marketing with the customer as the great value for the brand, this is the crucial for the efficiency of the digital communications.

The internet-marketing communication performance is considered from the customer relationship staged: attraction, engagement, conversion, holding. The main element for the efficient digital promotion is the customer lifetime value [4].

We used the circle model SOSTAC as the base for the planning of the company promotion on-line, which means the situation data, objectives, strategy, tactics, action, control. The brand and it's main competitors activity is the study for the situation stage, also it's paid attention to the peculiarities of the goods and services, the sales and consumption conditions, and customer behavior models in the internet. Basically the internet-marketing can provide the following objectives for the company: to create the new products demand, to establish the particular brand essence, to increase the sales and to provide the customer loyalty.

The target audience segmentation is performed by creation the promotion strategy; also it's carried out the basic choice of the internet-marketing tools with the market current situation, by example, the seasons, the specifics of the customer behavior in the internet and the budget. The right strategy allows the company to minimize the budget and to reach the business goals with the usage of internet-marketing. All the tactics can provide the detail plan for the strategy and also include the choice of the specific advertising tools, the development pf the advertising campaigns based on the target audience performance, seasons and the available budget. After all this, the performance of the strategic plans and the control stage are going on.

We propose the stages of the choice internet-marketing tools for the company promotion in internet based on the data of the analytics services with seasonal demand (table 1).

The main approach to the evaluation of the efficiency in the internet-marketing is the postclick-analysis, and we fixed the boards of it's usage for the measure the tools of the internet-marketing, which propose the immediate transfer to the company web site for the particular actions. In the same time, we have to mention that the brand essence and the brand loyalty are not to be measured by only with the postclick analysis (context advertising, searching and returning retargeting, searching optimization, partners program, profitable email). It's not obligatory to be attracted by the advertising by clicking the links. The postview analysis is proposed to get over that, it provides the

possibility to observe the user actions on the web site after the viewing the ads. Postview-analysis includes the next tools: media advertising, performing the groups in social networks, reputation monitor, paper promotion, pre-mail.

Table 1

The stages of the choice internet-marketing tools for company promotion

The stage	Data for analysis	Data coursers
1. Business analysis	The field of business; The area; The clients (b2b/b2c); The positioning; The major competitors; The market segments; The business goals and internet-marketing	Company web site, internal paper, media
2. The analysis of the marketing activity in the internet for the company and it's comparison with competitors	The share for the internet advertising in the total budget; The used tools of the internet-marketing; The analysis of the company web site view and functions; The company web site rating in the global searching systems; The volume and dynamics Queues index, PR, internal links to the site; The context advertising; The customer involvement to the brand activities; The methods of customer loyalty	AdIndex, SimilarWeb, Yandex metrics, Google Analytics, company web site, PR-CY.ru, Advse, groups in social networks
3. Target audience analysis	Social-demographical; Product and services; Segmentation DigitalLife; The most visited web resources	Marketing Index TNS, LI, Yandex metrics, Google Analytics, groups in social networks (structure), product and company reviews in social networks, iStar, WebIndex
4. Customer behavior analysis	Used media; The involvement to the choice; Used gadgets for the information search; The position in matrix by Rossiter-Persi.	Consumer Barometer
5. The search demand analysis	The navigation and information searches structure; Seasonal factor; Area popularity in navigation demand	Yandex Wordstat

The virtual space can be measured very precisely and we introduce the approach to the efficient estimation of the internet-marketing with the each of the four customer performance stages: attraction, engagement, conversion and holding. In the calculation we also mentioned the factor of the current money value; it's vital and obligatory for the companies which objected to the long-term relationship with the clients. The system of the indicators for the efficiency evaluation is presented in the table 2.

We developed the internet-marketing communication plan for the mobile operator Motiv in the Sverdlovsk oblast in 2014 and we also have estimated its efficiency. The company PLC Yekaterinburg-2000 presents the brand Motiv, which provide the cell communication for 18 years in Ural region. The brand Motiv is one of the major on the regional cell communication market, the positioning is the following: Motiv is the quite cheap and available cell operator

for the well cover of the whole Ural region including Sverdlovsk oblast. The key factors for the cell operator in the connection quality and its availability, in this situation we recommend to focus in promotion on the mobile advertising social network, emails and the reviews and feed-back analysis.

Table 2

The internet-marketing efficiency indicators

The stages of the customer relationship	The indicators of the internet-marketing efficiency from the position of the relationship marketing based on the customer value
Attraction	Reach, the number of views, CTR – Click Through Rate, CPT – Cost Per Thousand Opportunities To See, CPC – Cost Per Click. Affinity, GRP – Gross Rating Point, TRP – Target Rating Points
Engagement	Pages views, number of visitors, the deep of the view for one visitor (the average number of the pages visited by one user), return index (the number of the visitors, which close the page after it's enter), CPV (Cost Per Visitor)
Conversion	Target reach – the number of the success completed actions on the site (purchase, information claim, contact request and so on). Conversion – the number of the reached goal to the total visitors. The cost of conversion, ROMI – Return On Marketing Investment, IRR Internal Rate of Return, NPV – Net Present Value, PI – Profitability Index, DPP – Discounted Payback Period
Holding	Number of the repeat target goals, customer outflow, the difference between the one and the total number of repeat target goals to the total number of clients, who made only one target action. CLTV (customer lifetime value) – total profit (lost), which the client and the target segment provide

According to the service Consumer Barometer it was discovered that the major customers (74%) search the information about the cell operator and its tariffs before the purchase, 88% of them uses the PC, notebooks, tablets, which cuts the availability of the mobile ads for this target audience. In matrix Rossiter-Persi the cell phones are the part in High involvement-information tune, as demand from the potential client's deep study and the caring out the rational analyze of the proposal benefits and limitations. Also it's important to provide the information support to the clients, when they are in the situation of making choice. It's possible to reach this by almost the all internet-marketing tools: web site, search optimization, context ads, banners ads, retargeting, emails, content marketing, managing the groups in social networks.

The main tool for the brand awareness is still the media advertising and we propose to use it, according to the target audience analysis, it's behavior and consumption actions, we develop the following activity focused on the attraction new customer and holding the current:

1. The media plan with the 14 popular web sites. According to the statistics we received 14.31 mln views of ads. The total budget was 778 thousand rubles. Postclick analysis provides 12 185 visitors for company web site after viewing the ads. Postview analysis – 42 720 visitors. So, we have

proved than the postclick analysis describes less than 30% cases of the efficient actions of the banner ads and it's not recommended to use the only it. The advertising campaign was successful. The estimated number of the attracted customer – 2 323, the net profit – 674 thousand rubles, CLTV – 289 rubles.

2. We propose to increase the number of participants in famous Russian social network Vkontakte to 40 000 people for the next 10 months. Part of the data was not collected due to the limitation of the social network, the budget will be about 1.2 mln rubles. The net profit can be about 20.78 mln rubles, CLTV – 519 rubles.

Both of proposed campaigns are efficient and competitive, moreover the activity for the decreasing the customer outflow will be more attractive for the brand.

The authors presented the results of the evaluation in efficiency on marketing promotion in internet for regional provider of communication services. The technologies of relationship marketing and value – oriented marketing were used to involve and keep the customers via internet. The key indicators are based on the postclick-analysis and postview-analysis. They afford to calculate the effects of online promotion policy. Customer Lifetime Value is the main indicator for measurement of customer's loyalty and average profit from one client in the perspective.

Bibliography

1. *Chaffey D.* Internet Marketing : Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education, 2006.
2. *Digital marketing strategy advice.* URL : <http://www.smartinsights.com>.
3. *Eley B.* Online Marketing Inside Out. Tilley S. / SitePoint Pty. Ltd, 2009.
4. *Jeffry M.* Marketing based on 15 indicators, which must known everyone. M. : Mann, Ivanov and Ferber, 189. 2013
5. *The Association of the Communication Agencies in Russia (ACAR).* URL : <http://www.akarussia.ru>.
6. *The IDM – The Institute of direct and digital marketing.* URL : <http://www.theidm.com>.
7. *Vella L., Kester J.* Handbook on E-marketing for tourism destination // World Tourism Organization and the European Travel commission: Madrid, 2009.

К. Е. Кузьмин

Инновационная экономика в современной России

Экономика Российской Федерации на сегодняшний день переживает серьезные потрясения, как на внутреннем рынке, так и на мировой арене. В связи с вводом санкций, подрывающих стабильность страны, образуются новые проблемы, из которых Правительство ищет пути решения. Одним из основных направлений преодоления кризиса является инновационное развитие, как отдельных отраслей, так и страны в целом. Образуется своеобразная культурная среда, для которой свойственны внедрение нового и модернизация существовавшего.

На сегодняшний день инновационная экономика в России не может существенно развиваться без помощи государства. Она должна регламентироваться и стандартизироваться на законодательном уровне, в нее нужно вводить новые стандарты и методологии.

Государственная программа Российской Федерации подразумевает поддержку национального хозяйства. Формируются благоприятные условия для инвестиций, развития малого и среднего бизнеса, совершенствуется система государственного стратегического управления, возрастает количество новых кадров, успешно ориентированных в инновационной экономике¹. Благодаря этой деятельности государства возрастает потенциал входа в число экономически развитых стран, конкурирования, а в будущем возможно и лидерства над ними.

В настоящее время многие ученые и специалисты в своих отраслях уверены в правильности выбранного пути, с каждым новым поколением в людях воспитываются значимость инноваций и их роль в жизни общества.

Уже сейчас, можно с уверенностью сказать, что инновационная экономика стала культурной парадигмой многих стран, включая Россию. Государство, наравне с гражданами, уверенно следует заданному пути, преодолевая все проблемы, мешающие техническому и экономическому развитию.

А. В. Локтев

Современное положение экономики Испании

Проводимая в 2013 г. правительством Испании политика жесткой бюджетной экономии в русле рекомендаций Евросоюза и поддержка со стороны Европейского центрального банка принесли свои плоды в виде улучшения макроэкономических показателей, позволивших говорить о начале восстановления испанской экономики [1, с. 166].

В III и IV кварталах 2013 г. рост ВВП достиг 0,1 и 0,3% соответственно, ознаменовав завершение рецессии. Однако за весь 2013 г. ВВП Испании снизился на 1,2% (в 2012 г. сокращение на 1,6%).

В 2013 г. Испании удалось достичь профицита баланса текущих операций, существенно сократить дефицит торгового баланса и остановить бегство капитала за рубеж. На эти позитивные сдвиги, ведущие международные рейтинговые агентства в конце 2013 г. отреагировали улучшением прогноза кредитоспособности Испании. В итоге процентные ставки по государственным долговым обязательствам значительно снизились, а основной биржевой индекс страны IBEX превысил рубеж в 10 тыс. пунктов.

¹ Государственная программа Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» // КонсультантПлюс. URL : <http://www.consultant.ru>.

Кроме того, важным сигналом повышения международного доверия к Испании также стало решение ЕС о прекращении в 2014 г. европейской программы рекапитализации испанской банковской системы. Испании не удалось уложиться в установленный Брюсселем норматив бюджетного дефицита на 2013 г. (6,5%), который составил 7,1%. Без учета средств выделенных ЕЦБ на восстановление банковского сектора Испании данный показатель составил 6,6%. Долг автономных сообществ Испании по итогам года составил 1,54%, лишь на 0,24% превысив лимит, оговоренный с правительством Испании.

Положительные результаты за отчетный период демонстрирует туристический сектор, отвечающий за 10,9% ВВП и 11,9% занятости Испании. По количеству прибытий туристов (60,6 млн чел.) Испания опередила Китай и уступила лишь Франции и США. Стоит отметить значительное увеличение притока российских туристов в Испанию на 31,6% (1,5 млн чел.). Прогнозы правительства Испании и «большой тройки» (МВФ, ЕЦБ и Еврокомиссия) говорят о росте экономики Испании уже в 2014 г. и варьируют от 0,5 до 0,7% [3].

Вместе с тем на скорый выход из кризиса Испании не позволяет рассчитывать высокий госдолг, который не прекращает расти значительными темпами. За последние 6 лет государственный долг Испании вырос с 382,3 млрд евро (36,3% от ВВП) в 2007 г. до 960,6 млрд евро (93,9% от ВВП) в 2013 г., или на 76 млрд евро по сравнению с 2012 г. Высокий уровень безработицы, снижения которой в ближайшей перспективе не предвидится, остается одним из наиболее слабых мест испанской экономики. На конец 2013 г. данный показатель практически не изменился и составил 26,03% (в 2012 г. 26,1%), в то время как средний показатель по евро-зоне 12%.

В 2013 г. индекс промышленного производства снизился на 1,8% (в 2012 г. – 6,3%). Наибольшее падение наблюдалось в секторе производства товаров длительного пользования (–12,1%). Начиная с 2008 г. указанный индекс не демонстрировал снижения лишь в 2010 г. [1, с. 180].

В 2013 г. в Испании индекс потребительских цен составил 0,3% (2,4 и 2,9% в 2011 и 2012 гг. соответственно), в то время как средний показатель по странам зоны евро составил 0,8%. Угроза дефляции вызывает беспокойство у руководства Испании и других стран-членов ЕС. Так, в марте 2014 г. индекс потребительских цен в Испании составил 0,1% (в среднем по зоне евро – 0,5%). В настоящее время Европейским Центробанком рассматривается возможность покупки активов для стимулирования инфляции.

Правительство повысило минимальный размер оплаты труда по сравнению с 2012 г. на 0,6% до 654,30 евро (с учетом осуществления четырнадцати выплат в год). Согласно последним данным (опубликованы в июле 2013 г.) национального института статистики Испании средняя го-

довая заработная плата в Испании составила в 2012 г. 22 636 евро. В разбивке по секторам средняя заработная плата выглядит следующим образом: промышленность – 26 130 евро, строительство – 22 482 евро и услуги – 21959 евро. Наибольшая оплата труда по классификации CNAE09 наблюдалась в области поставок электроэнергии, газа, пара и кондиционированного воздуха (57 450 евро), а наименьшая – в гостиничном деле (13 247 евро).

Согласно данным Регистра иностранных инвестиций Министерства экономики и конкурентоспособности Испании в 2013 г. было привлечено 19,484 млн евро (19,629 млн евро в 2012 г.). Сальдо иностранных инвестиций (инвестиции привлеченные в Испанию за минусом оттока капитала из Испании) перешло от отрицательного показателя в 2012 г. (–3,091 млн евро) к положительному (15,398 млн евро) в 2013 г. Данная позитивная динамика произошла благодаря значительному сокращению оттока капитала из страны (22,720 млн евро в 2012 г. против 4,085 млн евро в 2013 г.). Основными странами – инвестиционными партнерами Испании являются Нидерланды, Великобритания, Франция, Германия, США и Люксембург. В 2013 г. их доля в общем объеме инвестиций составила 62,1%, или 9,819 млн евро.

Мировой экономический и финансовый кризис ударил по всем отраслям экономики, но более остальных пострадал строительный комплекс. С ростом проблем банковского сектора, резким снижением спроса на испанскую недвижимость и других сопутствующих обстоятельств деловая активность и уровень цен на недвижимость в этом секторе испанской экономики начали быстро снижаться. Действия правительства Испании, оказывающего существенную помощь крупнейшим строительным и банковским группам страны, спасли рынок недвижимости от обвала.

Сфера услуг занимает доминирующее положение в испанской экономике: ее доля в ВВП страны в 2013 г. составила 65,8%, а количество занятых в отрасли достигло 63,4%. Ежегодный объем действующих контрактов на оказание различных услуг превышает 1 трлн евро. Последствия мирового финансового кризиса изменили тенденцию, наблюдавшуюся в предкризисные 10–12 лет, когда темпы роста в этом секторе экономики существенно опережали темпы роста в других отраслях. В последние годы сфера услуг является отраслью наименее подверженной резким падениям объемов предоставляемых услуг и количества занятых, особенно в сравнении с промышленностью и строительным сектором. Вместе с тем общая для всей испанской экономики тенденция снижения объемов производства и занятости характерна и для сферы услуг. Годовой объем услуг в ВВП страны в 2013 г. составил 672,9 млрд евро (687,3 млрд евро в 2012 г.).

Характерной чертой сферы услуг Испании является высокий удельный вес малых предприятий. В 2013 г. около 45% занятых в этом секторе экономики работали на предприятиях с персоналом менее 10 чел., 17% –

на предприятиях, где численный состав сотрудников не превышал 50 чел. Вместе с тем эти предприятия предоставляют более 50% общего объема услуг.

В секторе услуг важнейшее значение для экономики страны имеет туристическая отрасль. В 2013 г. Испания заняла третье место в мире по количеству ежегодно принимаемых иностранных туристов, уступая Франции и США. За рассматриваемый период в Испании побывало 60,6 млн чел. иностранных туристов, что на 5,6% больше чем в 2012 г., доходы от международного туризма выросли на 9,6%, достигнув 59,1 млрд евро.

Другой важной сферой в секторе услуг является внутренняя торговля. По причине снижения внутреннего спроса индекс розничной торговли в 2013 г. снизился на 3,9% по отношению к 2012 г. (данные Национального института статистики).

Одним из основных трендов последнего времени в области внутренней торговли стал растущий объем электронной торговли потребительскими товарами и услугами [2, с. 189].

За последние три десятилетия в Испании создана современная транспортная инфраструктура, а компании, которые ее строили и обслуживают, превратились в крупнейших операторов данной сферы мирового уровня.

Как было отмечено выше в последние годы из-за долговых проблем Испания резко сократила финансирование по строительству инфраструктурных объектов. Несмотря на это транспортная инфраструктура Испании до сих пор является одной из наиболее развитых в мире.

Ежегодный объем услуг транспортного характера, предоставляемых в Испании, составляет около 100 млрд евро. По последним данным Министерства развития Испании, объем перевозок пассажиров авиатранспортом в 2012 г. составил 194,2 млн чел., на 5,0% меньше, чем годом ранее.

Испанская промышленность является одной из наиболее пострадавших от мирового экономического кризиса отраслью испанской экономики. В 2013 г. объем производства промышленных товаров продолжил падение и составил 163,0 млрд евро (–1,2%). Доля промышленного производства в ВВП Испании составила 15,9%. Индекс промышленного производства в прошедшем году сократился на 1,8% по сравнению с 2012 г. (–5,9% в 2012 г.). Число занятых в промышленности по итогам 2013 г. незначительно сократилось на 6,0 тыс. чел. и немногим превысило 2,27 млн чел.

При разбивке по группам наибольшее падение наблюдалось в производстве товаров длительного пользования (–12,1%), промежуточных товаров и энергетики (–2,7%). Рост произошел лишь в группе средства производства (1,1%).

Основными отраслями промышленности по объемам продаж являются: производство, транспортировка и распределение электроэнергии, автомобилестроение, нефтегазовая промышленность, химическая про-

мышленность, производство запчастей и комплектующих для легковых автомобилей. Важное место занимают также пищевая промышленность и металлургия [1, с. 209].

Строительная индустрия Испании на пике развития играла ключевую роль в экономике страны, обеспечивая 18% ВВП, 13,9% занятости и 58,7% всех инвестиций в производственный сектор.

Сельское хозяйство является традиционной и важной отраслью экономики Испании, в которой занято 786,8 тыс. чел. В 2013 г. доля сельскохозяйственного сектора, животноводства, лесной промышленности и рыболовства в ВВП страны составила 2,4% (24,1 млрд евро в текущих рыночных ценах).

Методологической основой для нас послужили труды известных авторов, по вопросам экономического положения и развития экономики Испании.

В итоге можно сказать, что 2013 г. для Испании характеризуется завершением рецессии. Сократился дефицит торгового баланса, и было остановлено бегство капитала за рубеж.

В туристическом секторе заметно проявляется тенденция роста. Но при этом отрицательным является то, что государственный долг страны так и продолжает расти. Очень сильно от мирового экономического кризиса пострадало строительство.

Можно отметить и положительные стороны экономики Испании, ведь был увеличен минимальный размер оплаты труда. Произошло увеличение удельного веса малых предприятий и стала хорошо развита транспортная инфраструктура.

Анализируя вышеизложенное, можно утверждать, что, несмотря на предпринятые для исправления экономической ситуации шаги, экономика Испании все еще находится в кризисном состоянии.

Библиографический список

1. *Аникеева Н. Е.* Испания в современном мире. М., 2010.
2. *Сидоренко Т. В.* Испания. Изменение глобального экономического ландшафта : проблемы и поиск решений. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011.
3. *Сидоренко Т. В.* Перспективы перехода к инновационной экономике // Испания на фоне мирового кризиса. М. : ИЛА РАН, 2011.

А. Л. Межецкая, И. Ф. Саитова

Особенности ведения женского бизнеса в современных условиях

Ни для кого не секрет, что взгляды на мир мужчин и женщин существенно отличаются. А значит, и стратегии ведения и развития бизнеса у них тоже кардинально отличаются. В данной статье мы попробуем разобрать основные различия, особенности женского бизнеса.

На сегодняшний день есть множество примеров, где женщины открывают успешные бизнесы, достигают высокие результаты в своем деле. Показателем успешности в любом бизнесе, прежде всего, является деньги в кассе, т. е. чистая прибыль. Получается, что тот, кто зарабатывает больше денег – тот и преуспел в своем деле. Но в женском бизнесе прибыль стоит не на первом месте. Женщины-предприниматели знают, как сгенерировать один, два миллиона, но почему-то выбирают именно ту стратегию, сценарий, который им даст сумму меньшую, чем они по факту могли бы заработать. Мужчины же, наоборот, стараются извлечь максимальную прибыль из своего бизнеса и по возможности расширить его, открыть филиалы, запаковать франчайзинг и т. д.

Чем объясняется такая разница?

Прежде всего, основное различие между бизнесом мужчин и женщин возникает из-за поставленной цели. Фактически, цель жизни мужчины – это «убить своего мамонта», быть максимально влиятельным, распространить свое влияние на окружающих через свой бизнес. Главное для мужчины – это масштаб, успешность, получение максимальной прибыли (конечно, масштаб «мамонта» у каждого свой) [1]. У женщины же главной целью всегда было создание семьи. В бизнесе данная цель выражается через любовь к своему делу. То есть для женщины на первом месте стоит отношение к бизнесу, в потом уже идет масштаб, получение прибыли. Она строит отношения с клиентами, людьми так же, как она строит отношения в семье. То есть если мужчине необходимо получить подтверждение своего статуса (кабинет, машина, должность), то женщина заинтересована в наличии смысла в том, что она делает, в понимании своего вклада в общий успех и в приемлемых отношениях в коллективе [2].

Для наглядности приведем пример. Мужчина и женщина (по отдельности) решили открыть языковую школу. В первом случае, представляется сеть школ, масштаб, дисциплинированная работа преподавателей и других сотрудников. А во втором же случае, представляются уютные комнаты для занятий, внимательное отношение к каждому сотруднику школы, и другие немаловажные детали, создающие домашнюю атмосферу уюта.

Помимо указанного отличия, есть другие особенности ведения женского бизнеса, в котором важную роль играют:

- наличие хорошего образного мышления, развитой интуиции (в том числе в оценке людей или ситуации);

- способность отлично сглаживать острые углы при конфликтных ситуациях;

- способность вести множество проектов одновременно;

- способность уступать, в случае предложения лучшего решения от оппонента ради наилучшего результата;

- осторожность в рискованных делах;

эмоциональность, которая нередко служит отличным помощником в нестандартных ситуациях;

гибкость и устойчивость (в виду материнских функций, женщина адекватно реагирует на любые изменения, не теряя при этом фокуса на исполнение задачи) [3].

Безусловно, есть женщины, создающие огромные компании, имеющих в подчинении сотни сотрудников. Но они уже делают бизнес по-мужски, «убивают своего мамонта», что в результате приводит к непониманию в семье, смене ролей в браке. Другими словами, подобная стратегия в бизнесе грозит женщине провалом в личной жизни.

Ярким примером бизнес-леди является всем известная Тина Канделаки – владелица «Апостол-медиа групп». Бывшая телеведущая работает «24 часа в сутки», контролирует все процессы в своей компании и тщательно следит за качеством выполнения работы своих сотрудников. Несложно заметить, что бизнес направлен на масштаб, усиление позиций на мировом и отечественном рынках. В таких условиях женщина поставлена в жесткие условия, где нет места слабостям и уступкам.

Таким образом, мы считаем, что женщина в состоянии управлять бизнесом, причем на самом высоком уровне. Но для серьезного дела женщине приходится активировать и развивать в себе мужские качества: решительность, агрессивный подход, стрессоустойчивость, жесткое доминирующее руководство, дисциплинированность, преданность делу [4]. Побочным эффектом такого поведения становится размывание своих собственных сильных женских качеств, своей природной женственности, что может обернуться серьезными проблемами в личной жизни.

Библиографический список

1. *Women's Magazine*. URL : <http://women.itop.net>.
2. *ВМ*. URL : <http://molodostbz.ru>.
3. *Синтон*. URL : <http://www.syntone.ru>.
4. *Е.Б.* URL : <http://coachers.ru>.

Л. Г. Межлумян

Разработка оптимальной модели рекламной кампании

На сегодняшний день рынок переполнен однотипными товарами, что ведет к сильному ужесточению конкуренции, тем самым заставляя предприятия уделять более пристальное внимание инновационному типу развития. Одними из базовых систем инновационной экономики можно считать компьютеризированные системы и информационные технологии.

Мы живем в эпоху новых технологий, но, к сожалению, далеко не все компании делают шаги для продвижения и освоения информационных технологий. Маркетологи, чтобы качественно выполнить свою рабо-

ту, нужно знать как потребители реагируют на различные виды акций, оценить их эффективность, определить, какие маркетинговые программы являются рабочими, а какие – нет, и выяснить какие расходы могут себя оправдать, а какие делаются впустую. Активно развивающиеся высокие технологии и программные приложения дают возможность максимально быстро и точно получить всю необходимую информацию для принятия таких решений. Электронные инструменты позволяют получить данные оперативно, с помощью аккумулирования из разных источников, и обеспечивают возможность их разностороннего анализа.

Рассмотрим такую ситуацию, когда специалисту по маркетингу необходимо разработать оптимальную рекламную кампанию для размещения ее на телевидении. Рассматриваемая организация, проводя эту рекламную кампанию, преследует следующие цели (перечисляются ниже в порядке убывания по важности):

первая цель в том, чтобы рекламный ролик увидели, по крайней мере, 85 млн мужчин, у которых высокий уровень дохода (МВД);

вторая цель заключается в том, чтобы рекламный ролик увидели, по крайней мере, 92 млн женщин, которые имеют высокий уровень дохода (ЖВД);

третья цель заключается в том, чтобы рекламный ролик увидели, по крайней мере, 90 млн людей, имеющие низкий уровень дохода (ЛНД).

Компания может позволить себе купить время для показа рекламы в следующих типах телепрограмм: во время показа новостей, спортивных передач, развлекательных шоу, комедий, сериалов и драм. При этом сумма денег, выделенная на рекламную кампанию, не может превышать 725 тыс. р. Стоимость размещения рекламы и охват потенциальной аудитории (в млн человек) в каждом типе телепрограмм за одну минуту рекламного ролика приведены в таблице.

Стоимость и охват аудитории по видам телепрограмм

Вид телепрограммы	МВД	ЖВД	ЛНД	Стоимость, р.
Новости	7	6	4	55 000
Спортивные передачи	8	5	9	125 000
Развлекательные шоу	4	6	7	45 000
Комедии	5	6	8	45 000
Сериалы	4	5	6	45 000
Драмы	7	9	7	65 000

Также в соответствии с рекламной стратегией кампании требуется, чтобы, как минимум, два рекламных ролика были размещены в новостях, спортивных передачах и показах драм. При этом обязательным условием является то, что в каждом типе телепрограмм не должно быть размещено больше десяти рекламных роликов. Таки образом, перед специалистом по маркетингу ставится задача найти план рекламной кампании, который

удовлетворял бы всем требованиям и целям кампании и при этом нуждался в минимальных затратах.

Для решения данной задачи сначала построим модель в Excel, чтобы убедиться, что все вышеперечисленные цели могут быть достигнуты одновременно. Построенная в Excel модель представлена на рис. 1.

Входными данными в данной модели являются охват возможной аудитории за одну минуту рекламного времени в каждом типе телепрограмм, цена размещения рекламы, цели рекламной кампании, бюджет, нижние и верхние ограничения на количество рекламы в каждом типе телепрограмм. Входные данные на рис. 1 выделены рамками синего цвета.

Значения, которые являются искомыми вводятся в изменяемые ячейки. В данном случае это количество рекламы в каждом виде телепрограмм. Переменные в этих ячейках изменяются таким образом, чтобы при заданных ограничениях в итоге получить оптимальное значение целевой ячейки. Изменяемые ячейки на рис. 1 выделены красной рамкой. Изначально в них помещаются произвольные значения.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Модель рекламной кампании - возможно ли выполнение всех целей?								
2									
3	Все денежные значения выражены в 1000 руб; все данные о количестве людей выражены в миллионах человек.								
4									
5	Количество человек из разных групп, просмотревших рекламные ролики в различных типах телепрограмм								
6		Новости	Спорт	Телепрог	Комедии	Сериалы	Драмы		
7	Мужчины с высоким уровнем дохода	7	8	4	5	4	7		
8	Женщины с высоким уровнем дохода	6	5	6	6	5	9		
9	Люди с низким уровнем дохода	4	9	7	8	6	7		
10									
11	Стоимость размещения	55	125	45	45	45	45		
12									
13	План рекламной кампании								
14		Спортивные	Развлекательные	Новости	Комедии	Драмы	Сериалы		
15	Минимальное число роликов	2	2	0	0	0	2		
16		<=	<=	<=	<=	<=	<=		
17	Число размещенных роликов	2	2	0	2.86667	0	5.86667		
18		<=	<=	<=	<=	<=	<=		
19	Максимальное число роликов	10	10	10	10	10	10		
20									
21	Ограничение на бюджет	Совокупная стоимость		Цель					
22		753	<=	725					
23									
24	Цели кампании, связанные с числом человек из каждой группы, просмотревших рекламу								
25		Число просмотревших		Цель					
26	Мужчины с высоким уровнем дохода	85.4	>=	85					
27	Женщины с высоким уровнем дохода	92	>=	92					
28	Люди с низким уровнем дохода	90	>=	90					

Рис. 1. Общий вид модели оптимизации в Excel

В данной модели целевой функцией являются совокупные затраты на рекламную кампанию, рассчитанные как сумма произведений соответствующих цен размещения рекламы и количества размещенных роликов. Целевая ячейка выделена зеленой рамкой.

Для того чтобы посчитать число людей, которые посмотрели рекламные ролики, необходимо перемножить охват потенциальной аудито-

рии с количеством рекламных роликов и суммировать полученные произведения.

Оптимизировать целевую функцию:

До: ☐ Максимум ☒ Минимум ☐ Значения:

Изменяя ячейки переменных:

В соответствии с ограничениями:

\$B\$17:\$G\$17 <= \$B\$19:\$G\$19
\$B\$17:\$G\$17 >= \$B\$15:\$G\$15
\$B\$22 <= \$D\$22
\$B\$26:\$B\$28 >= \$D\$26:\$D\$28

Добавить
Изменить
Удалить
Сбросить
Загрузить/сохранить

Рис. 2. Параметры Поиска решения

После построения модели в Excel необходимо воспользоваться инструментом Поиск решения. Этот инструмент с уже заданными параметрами представлен на рис. 2. Отметим, что целевая ячейка не задана; это связано с тем, что на данный момент целью является нахождение решения, которое соответствовало бы всем целям и ограничениям.

Specify the following information about the input to be varied and the outputs to be captured.

Input cell:

(Optional) Descriptive name for input:

Values of input to use for table

☒ Base input values on following:
Minimum value:
Maximum value:
Increment:

☐ Use the values from the following range:
Input value range:

☐ Use the values below (separate with commas)
Input values:

Output cell(s):

			\$D\$22
4			
5	725	Not feasible	
6	735	Not feasible	
7	745	Not feasible	
8	755	85.383	
9	765	85	
10	775	85	
11	785	85	
12	795	85	

Рис. 3. Нахождение минимально допустимого бюджета

После нажатия на кнопку «Найти решение» выяснилось, что не существует решения, которое удовлетворяло бы всем требованиям модели.

Следовательно, невозможно выполнить все поставленные цели при таком бюджетном ограничении. Для того чтобы понять, при каком бюджете возможно выполнение всех целей и ограничений, воспользуемся инструментом SolverTable. Входным значением является бюджет, изменяемый от 725 до 800 тыс. р., а в качестве выходного значения примем любую ячейку. Параметры SolverTable и результаты анализа чувствительности в зависимости от размера бюджета приведены на рис. 3.

Из полученных результатов видно, что невозможно удовлетворить всем целям кампании до тех пор, пока бюджет остается меньше 745 тыс. р.

Таким образом, после рассмотрения данного примера можно сделать вывод, что информационные технологии и программные приложения способствуют быстрому и точному принятию решений, а это, в свою очередь, ведет к значительному повышению эффективности и конкурентоспособности компании на рынке.

Библиографический список

1. *Аксенова Р. Н.* Экономико-математические методы. Математические методы и модели в экономике : учеб. пособие. Владивосток : ДВГАЭУ, 2001.
2. *Грешилов А. А.* Прикладные задачи математического программирования : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Физматлит, 2005.
3. *Данилин Г. А., Курзин П. А.* Математическое программирование с Excel : учеб. пособие. М. : МГУЛ, 2005.

A. A. Minshaikhova, E. Merkurieva

Zappos corporate culture

To make customers happy, we have to make sure our employees are happy first. Tony Hsieh, Zappos CEO

Introduction. Nowadays many organizations are interested in employing more staff as they are in state of continuous and dynamic development. The owners of many companies began thinking seriously about personnel needs, internal values which allow to retain employees and enhance all stabilizing processes in a company. One of the most effective tools to achieve this aim is to create the right corporate culture. So what is corporate culture for companies nowadays? In what ways does it affect staff behavior, their performance and all business processes? In this article we will attempt to find it out in the example of Zappos corporate culture.

Corporate culture is the way people interact in a company, their approach to work. Also it implies whether they show an initiative or not. Corporate culture is a spirit, which pools employees together, makes and motivates them to work in this company, not in others. Corporate culture refers to the shared values, attitudes, standards, and beliefs that characterize members of an organization and define its nature [1].

Zappos is considered to be a company with corporate culture № 1. Las Vegas-based Zappos started in 1999 by selling shoes online, and has since grown to a \$US1 billion per year retailer. It has expanded into clothing, handbags, sunglasses, and numerous other categories. Amazon continued to build the Zappos brand and continued to build the Zappos culture in its own unique way. Why did Amazon acquire Zappos? There are four primarily reasons. First and above all, Zappos has a one-of-a-kind culture that has led to its success. Secondly, Zappos is known for its legendary customer service. Amazon thinks this is an asset in the future. Thirdly, Amazon bought Zappos for its people – its leadership and its employees. And finally, Zappos has a lot of growth potential.

Before we start to consider key elements of Zappos corporate culture, let us draw your attention to the company performance indicators.

Zappos key performance indicators [5]

	2000	2002	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total sales volume	1,600	31,900	370,100	597,000	840,000	1,060,000	1,262,831	1,451,895	1,626,714	1,787,229

From the chart above we can see that Zappos annual sales volume has been growing year by year which proves the fact that the company is successful in running the business. Additionally, Zappos was ranked 23rd on the Fortune magazine's list of «Best Companies to Work For» in 2009, 15th in 2010, 16th in 2011 [5].

Now let us consider the elements of Zappos corporate culture and understand how they affect the company performance.

It is considered that the main secret of Zappos success is phenomenal customer support. In addition, it is seen as the best employer in the world. Its staff makes up over 2500 employees. How to make sure that each of them is satisfied with their work and, moreover, makes customers happy with company's service? The Zappos answer is to build the business around the core values of the company. All these values are very deeply embedded in the corporate culture of the organization. Let us consider these ten values that the company lives by in more details.

Deliver WOW through service is Zappos' founding principle. To WOW, an employee must differentiate himself, which means doing something a little unconventional and innovative, something that's above and beyond what's expected. And whatever he does must have an emotional impact on the receiver.

Embrace and Drive Change. Zappos believes that if a person is not prepared to deal with constant change, then he probably is not a good fit for the company. The company's employees must all learn not only to not fear change, but also to embrace it enthusiastically.

Create Fun And A Little Weirdness. They want just to make life more interesting and fun for everyone. They want the company to have a unique and memorable personality. One of the side effects of encouraging weirdness is that it encourages people to think outside the box and be more innovative.

Be Adventurous, Creative, And Open-Minded. The company does not want people to be afraid to take risks and make mistakes, it wants people to develop and improve their decision-making skills. Employees are free to make mistakes as long as they learn from them.

Pursue Growth and Learning. The organization believes that every employee has more potential inside than even the employee himself/herself realizes. Its goal is to help employees unlock that potential.

Build Open And Honest Relationships With Communication. Strong relationships allow the company to accomplish much more than it would be able to otherwise.

Build A Positive Team And Family Spirit. The company goal is to create an environment that is friendly, warm, and exciting. It encourages diversity in ideas, opinions, and points of view.

Do More With Less. Zappos Family strive for improvement in everything they do and work hard at staying ahead of competition through continuous innovation, incremental improvements to operations and ensuring mistakes are seen as learning curves.

Be Passionate And Determined. The company believes in having a positive and optimistic (but realistic) attitude about everything the staff does because it realizes that this inspires others to have the same attitude.

Be Humble. The company believes that no matter what happens workers should always be respectful of everyone [2–4].

Actually, Zappos has very unusual organization culture. It can be proved by some facts, which allow to understand why so many people want to join Zappos:

1. Unexpected interview. At interview HR manager does not require from the applicant a story about achievements in the previous place of work. On the contrary, he is asked to talk about his mistakes, tell the stories of life. The interview is more like a festival occasion meeting – in a small room decorated in grand style, the music is playing, there are tables with refreshments and snacks. HR-managers and applicants are free to move and communicate in the mode of reception.

2. After hiring all employees will pass a four-month training course. Applicants, studying Zappos history, go hiking and travel together. Each employee from a cleaner to CEO should work in the call center, answering customers 'questions for two weeks – in order to understand better the company customers.

3. The company offers its suppliers and partners a special web service, that allows them to keep track of the company financial and logistic

performance. Suppliers can see sales data, stock availability, the average delivery time of shoes and much more. This creates an atmosphere of complete openness, incredible trust.

4. The call-center staff are trained to give maximum information on any issues and to be as useful as possible, whether the question concerns shoes, the company itself or not.

Conclusion. As we could see from the article, Zappos creates not only unusual, but also strong organization culture, which allows the company to be so successful. In the period from 2000 to 2012, the total sales volume increased by 178500 dollars. Such a significant increase can be explained by the fact, that Zappos organization culture creates an open, friendly and creative atmosphere. Suppliers, employees, and customers benefit from cooperating with the company

First of all, the company selects staff that meets its corporate culture and peels apart employees, who are not going to cooperate for a long time (company offers employees 4000\$ on the first working day).

Secondly, all company suppliers and partners have a possibility to keep track of the company financial and logistic performance. Not every company provides this opportunity, therefore suppliers are going to cooperate with Zappos for a long time.

Finally, there is a great benefit for customers. Zappos has highly-qualified call center staff, who are very polite and give useful information of any kind. Such treatment endear customers to company and they are not willing to buy from another company.

Bibliography

1. *Corporate culture*. URL : <http://www.inc.com/encyclopedia/corporate-culture.html>.
2. *Zappos Family Core Values*. URL : <http://about.zappos.com/our-unique-culture/zappos-core-values>.
3. *Why I Sold Zappos*. URL : <http://www.inc.com/welcome.html?destination=http://www.inc.com/magazine/20100601/why-i-sold-zappos.html>.
4. *В компании Zappos с корпоративной культурой № 1 в мире*. URL : <http://www.fp.ua/ru/article/620/v-kompanii-zappos-s-korporativnoj-kulturoj-1-v-mire.html>
5. *Zappos Sales Trajectory And CustomerMetrics*. URL : <http://blog.minethatdata.com/2008/04/zappos-sales-trajectory-and-customer.html>.

А. А. Мурзина, О. Л. Герлин

Предпринимательство как культурный феномен

Понятие «предпринимательство» и «предприниматель» имеют многовековую историю. Терминологическая сущность и содержание, вкладываемые в понятие «предпринимательство», менялись и упорядочивались в процессе развития экономической теории. Достаточно простое и весьма емкое определение предпринимательства дает В. И. Даль. Он пишет, что

«предпринимать» означает «затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного». Отсюда «предприниматель» – «предпринявший» что-либо (цит. по: [1, с. 290]).

Понятие культуры многогранно и исследуется представителями разных наук с различных позиций. По мнению специалистов, существует более ста определений культуры, которые раскрывают разные стороны этого понятия с позиций разных познавательных задач. Феномен культуры проявляется в любой сфере человеческой деятельности, в том числе и в предпринимательстве. Сам термин культура латинского происхождения: *cultura* – значение как «совокупность производственных, общественных и духовных достижений». В общечеловеческом понимании культура – это высокий уровень развития, умения. Так, например, предпринимательство как культурный феномен можно рассматривать в виде человеческих качеств, раскрывающие свои способности, а также самореализоваться, испытывать удовлетворение от своей деятельности. Предпринимательство является частью хозяйственной культуры и определяется характером динамикой материального производства.

Таким образом, предпринимательство как культурный феномен представляет определенную, сложившуюся совокупность принципов, методов и приемов осуществления предпринимательской деятельности хозяйствующими субъектами в соответствии с действующими в стране и обществе правовыми нормами, обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

Рассмотрим элементы предпринимательства. К важнейшим элементам «предпринимательство как культурный феномен» следует отнести свободу реализации деловой активности гражданами или их объединениями [2, с. 608].

Следующим важным элементом является строгое выполнение обязательств и обязанностей. Оно вытекает из правовых норм и актов, договорных отношений и совершаемых законных сделок. Соблюдение общих этических норм поведения, таких как: профессиональная этика, моральные и нравственные ценности, степень притязаний, имидж фирмы, культуры, деловой этикет и правила делового общения, культура делового общения, являются наиболее важными элементами [3, с. 261].

Библиографический список

1. Колесникова Л. А. Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве. М., 2009.
2. Лапуста М. Г. Предпринимательство : учебник. М. : ИНФРА-М, 2008.
3. Петрунин Ю. Ю. Борисов В. К. Этика бизнеса. М., 2001.

Инновации в области услуг финансового посредничества

В данной статье представлены три возможных сценария развития взаимоотношений инноваций и сферы финансовых услуг к 2020 г., а именно каким трансформациям подвергнутся услуги финансового посредничества под влиянием новых технологий.

Технология и инновации трансформируют индустрию финансовых услуг. Изменение происходит быстро. Бизнес-лидеры не могут позволить себе сосредоточиться только на текущих тенденциях; они также должны сформировать картину в долгосрочной перспективе. Как технологии и инновации изменят индустрию в течение следующих лет? Какие типы инноваций появятся? Кто будет возглавлять их? Появятся ли новые игроки? Где? Как будут развиваться рынок и нормативно-правовая база? В данной статье мы попробуем ответить на эти вопросы посредством изложения возможных сценариев развития, основанных на взглядах многих экспертов.

Цель этих сценариев заключается в изучении того, во что инновации трансформируют доступ и доставку финансовых услуг к 2020 г.

Эти сценарии включают в себя точки зрения многих лидеров в бизнесе, обществе, правительстве и научных кругов из Азии, Европы и Северной Америки. Для такой многогранной темы, как инновации в финансовой сфере, ни один сценарий не способен исчерпывающе описать будущие события. Каждый вариант описывает разное, весьма правдоподобное развитие индустрии финансовых услуг с точки зрения инноваций.

Все они определяют следующие ключевые вопросы:

Каким образом будет развиваться глобализация финансовых услуг? Будет ли эта сфера в дальнейшем поддерживаться со стороны правительства и регулирующих органов? Какие результаты мы сможем наблюдать в последующем десятилетии?

Будут ли инновации возрастающими или фундаментальными, поведут ли их традиционные или новые игроки и какого рода инновации мы увидим, например, в товарах и услугах, в каналах распространения и продаж, новых бизнес моделях? Как эти сценарии будут использоваться? Лидирующие глобальные компании часто разрабатывают широкомасштабные сценарии для формулирования своих бизнес и инвестиционных стратегий.

Инновации уже преобразовали сферу финансовых услуг. Еще 14 лет назад никто не ожидал массового роста электронного банкинга (e-banking) и электронные брокерские операции (e-brokerage); никто не предусмотрел входа на рынок таких новых игроков, как ритейлеры и провайдеры телекоммуникационных услуг, благодаря своей способности переплетать со своей основной деятельностью мощности инновационных технологий; никто не предугадал, что технологии поспособствуют аутсорсингу и оф-

фшорным операциям основных финансовых процессов в такой низкозатратной стране, как Индия. Бизнес среда и по сей день не прекращает меняться, и сектор финансовых услуг должен соответствовать этим переменам для того, чтобы оставаться конкурентоспособным.

Кроме всего прочего, технологии и инновации создают как возможности, так и угрозы.

Примеры возможностей:

- сделать значительные улучшения в операционной эффективности путем оптимизации процессов и операционных моделей;

- получить лучшее понимание потребностей клиентов и, следовательно, возможности для разработки более эффективных пакетов услуг;

- изучить потенциал для настройки и персонализации предложений;

- для обеспечения более широкого доступа к финансовым услугам в развитых и развивающихся странах (например, мобильный банкинг);

- обеспечить более широкий доступ к премиум услугам;

- обеспечить более эффективное управление рисками (например, кредитный риск, операционный риск).

Примеры угроз:

- усиление конкуренции. Появляются новые и более сильные конкуренты, такие как нетрадиционные игроки, специализированные игроки, и международные компании из развивающихся стран;

- коммерциализация услуг и связанное с этим ценовое давление;

- увеличение рисков онлайн-мошенничества и угрозы безопасности данных;

- расширение возможностей потребителей, которые проявляют меньше лояльности к бренду.

Итак, в чем заключается суть этих сценариев?

1. Глобальная Лига Плюща (Global Ivy League) описывает высококонцентрированный сектор финансовых услуг, на котором доминируют небольшое количество крупных, глобальных игроков. Правительства поддерживают глобализацию, но применяют весьма консервативные подход к защите потребителя и регулированию сектора. В то же время снижение доверия к цифровым СМИ означает, что потребители предпочитают основательность традиционных поставщиков финансовых услуг. При таких условиях только небольшое количество финансовых институтов имеют возможность развиваться в глобальные корпорации. Несмотря на инновационный и технический прогресс, многие новые участники финансового рынка не могут конкурировать с крупными банками. Сильные и внушающие доверие бренды, экономия от масштаба, надежные услуги и устойчивые инновации, подкрепляемые успешными приобретениями и слияниями, были движущими силами возникновения Глобальной лиги.

2. Следующий рубеж описывает мир, в котором правительства преследуют дерегулирование и технологии создают условия для возникно-

вения новых бизнес моделей. В результате появляется индустрия финансовых услуг как система высокоспециализированных поставщиков, каждый из которых фокусируется на создании конкурентного преимущества. Здесь присутствует много новых игроков, включая телекоммуникационные компании, поставщики пиринговых (peer-to-peer) финансовых услуг, интернет компаний и т. п.

3. Инновационные острова описывают мир, где глобализация нарушается в силу геополитического напряжения и глобальной нестабильности. Политики государств относительно финансового сектора сильно различаются между странами. Начинают выделяться три основных тенденции:

«Чехарда»: в крупных развивающихся странах, как Китай и Индия, госрегулирование и инвестиции в инфраструктуру стимулируют местную индустрию финансовых услуг, расширяя доступ к слабым и приводя к новым бизнес моделям, которые «перепрыгивают» развитые рынки в области мобильного банкинга и гибких низкозатратных операционных моделей;

«Обычный бизнес»: в других наиболее развитых экономиках, как США и Европейские страны, инновации ни стимулируют, ни сокращают. Имеет место лишь ограниченное изменение в бизнес моделях;

«Обратно к прошлому» – в остальных странах и регионах, в основном в развивающихся экономиках. Правительство усиливает контроль за финансовым сектором, но не стимулирует местные инновации. В результате прогресс незначителен, а иногда даже и регресс в эффективности и качестве финансовых услуг.

Естественно, посредством трех сценариев нельзя предугадать все возможные события в области переплетения инноваций и финансовых услуг, так как обе эти сферы являются довольно многогранными и масштабными. Однако на основе этих общих эскизов можно делать некоторые предположения относительно последующих глобальных трендов развития финансовых услуг, так как мы склонны считать, что так или иначе инновации являются неотъемлемой частью данного сектора и имеют на него очевидное влияние.

Библиографический список

1. *Disruptive Innovation and Retail Financial Services*. Protecting the Franchise but Giving Up the Growth, December 2001. URL : <http://www.bai.org/disruption/disruptive.pdf>.
2. *Working Party on the Information Economy, Online Payment Systems for E-Commerce*. 18 April 2006, <http://www.oecd.org/dataoecd/37/19/36736056.pdf>.
3. *Data Security Top Risk Concern in Outsourcing*. 24 March 2006, <http://www.finextra.com/fullstory.asp?id=15097>.
4. *Future Scenarios for Financial Services*. Mercer Management: Journal 19, 2012.
5. *Ricci M. Win in the flat world : Vision 2020 – shaping the future of financial services* // Working Paper. 2006. October.

Проблема безработицы в Свердловской области

Одна из главных проблем в развитии экономики всего мира – проблема безработицы. Многие социально-экономические процессы, такие как, уровень эмиграции, преступности, жизни населения, квалифицированной рабочей силы зависят от уровня безработицы.

Одним из приоритетов государственной политики является занятость. Определение направления действий, которые способствуют трудоустройству населения, увеличивают спрос на рабочую силу, обеспечивают поддержку эффективного ее использования, является самой важной стратегической целью защиты незанятых граждан. На уровне территории региональной и федеральной политикой занятости определяются концептуальные задачи социальной поддержки безработных.

Динамика основных показателей, дающих характеристику состояния и развития рынка труда в Свердловской области с 2007–2013 гг., представлена в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

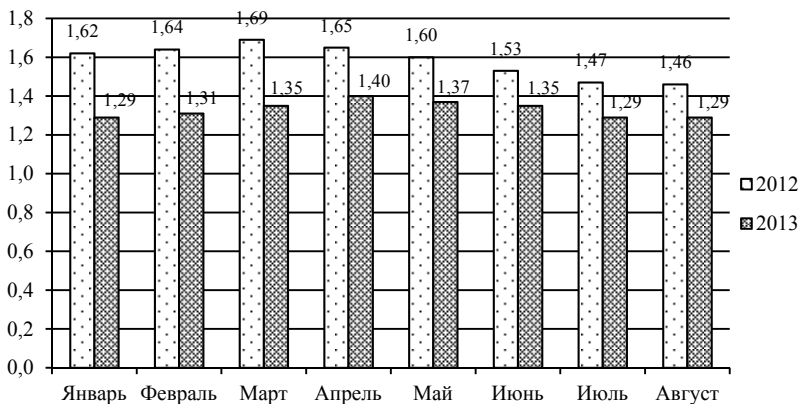
Общая численность безработных, рассчитанная в соответствии с методологией МОТ, в 2007–2013 гг. [3]

Показатель	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Общая численность безработных граждан, тыс. чел.	125,2	112,8	191,17	193,9	167,2	133,4	136,3

Согласно анализу основных показателей на протяжении рассматриваемого периода общая численность безработных увеличилась с 125,2 тыс. до 136,3 тыс. чел., т. е. на 11,1 тыс. чел., или на 8,9%, в сравнении с базисным 2007 г. Что касается уровня безработицы, то наибольшее снижение приходится на 2008 г., а увеличение – на 2010 г. Резкое увеличение общего уровня безработицы наблюдается с 2009–2010 гг. как последствия экономического кризиса, затем к 2013 г. наблюдается значительное понижение уровня безработицы, что говорит об общем экономическом благополучии населения.

В регионе отмечается стабильная динамика развития рынка труда: ежемесячно в среднем уровень безработицы (по методологии МОТ) снижается на 0,1%. На 1 августа 2013 г. уровень безработицы (по методологии МОТ), как и на 1 июля 2013 г. составил 5,7%. За 7 месяцев 2013 г. в Свердловской области уровень безработицы снизился на 0,6 процентных пунктов.

Из рисунка видно, что уровень регистрируемой безработицы на 1 августа 2013 г. в среднем по Свердловской области составил 1,29%, что на 0,17 ниже соответствующего значения 2012 г. (на 1 августа 2012 г. – 1,46%) [1].



Уровень регистрируемой безработицы в Свердловской области, % [1]

Свердловская область занимает 82-е место на 2013 г. в рейтинге субъектов Российской Федерации по уровню общей безработицы [3].

Большой интерес представляет соотношение общей численности безработного населения и численности безработных, зарегистрированных в органах государственной службы занятости. Такое соотношение можно проследить в табл. 2. В 2013 г., по данным Федеральной службы по труду и занятости Свердловской области, видно, что соотношение данных величин мало.

Таблица 2

Отношение численности безработных граждан в Свердловской области, зарегистрированных в органах службы занятости, к общей численности безработных граждан за 2013 г. [1]

Показатель	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Отношение численности безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости, к общей численности безработных граждан (по методологии Международной организации труда), тыс. чел.	0,25	0,26	0,24	0,24	0,23	0,21	0,21	0,21	0,22

К сожалению, мы можем видеть, что официальный уровень безработицы является относительно заниженным и не отражающим фактической ситуации на рынке труда. Большое расхождение общей безработицы и зарегистрированной безработицы можно объяснить следующими причинами:

влияние законодательных актов на желание безработного обратиться в органы государственной службы занятости за помощью в трудо-

устройстве: жесткий регламент постановки граждан на учет и назначения пособия, а также неудовлетворенность предлагаемыми рабочими местами, что способствует тому, что значительная часть безработных предпочитает вести поиск самостоятельно, не вставая на учет в органах государственной службы занятости;

различие определений безработного человека, используемых при выборочном обследовании и при официальной регистрации в органах государственной службы занятости [4].

Одними из главных факторов, воздействующих на показатель регистрируемой безработицы, являются общая экономическая ситуация в регионе, определяющая возможности трудоустройства, и государственная политика в отношении безработных граждан.

Увеличивающийся недостаток квалифицированных кадров, низкое качество трудовых ресурсов – главные проблемы рынка труда сегодня в нашей стране [2]. Эти же проблемы характерны и для Свердловской области. Молодые люди, ориентирующаяся на стереотипы престижных профессий (финансист, юрист, менеджер и т. п.), стремятся их приобрести, фактически усугубляя тем самым структурный дисбаланс спроса и предложения рабочей силы. В данный момент область промышленности, которая является самой приоритетной в нашем регионе, остро нуждается в квалифицированных рабочих специальностях, таких как: строители, инженеры, работники сферы обслуживания.

В современном мире, в эру развития социальных сетей и Интернета, все большее количество незанятых граждан ищут работу во «всемирной паутине». Существует множество сайтов, где работодатели размещают свои вакансии, тем самым гражданину становится не особо интересно регистрироваться в службе занятости, поскольку выбор предлагаемых вакансий там очень скуден, и по этой причине он осуществляет поиски работы самостоятельно.

В целях улучшения ситуации на рынке труда реализуются Программа содействия занятости населения, Программа дополнительных мероприятий, направленных на снижение безработицы на рынке труда Свердловской области, целевая программа государственной поддержки и развития малого и среднего предпринимательства и прочие мероприятия, предусматривающие создание и сохранение рабочих мест [4].

Стратегические направления социальной поддержки безработных и политики занятости на уровне территорий должны пересматриваться в зависимости от изменения конъюнктуры регионального рынка труда, а также на основе оценки эффективности реализации региональных программ содействия занятости населения.

Из проведенного анализа основных показателей рынка труда видно, что в экономике трудовая сфера по своим основным характеристикам не соответствует в полной мере требованиям эффективно функционирующе-

го рынка труда и свидетельствует о необходимости поддержки безработных категорий граждан.

Исходя из вышесказанного, можно выделить важные направления развития социальной поддержки безработных граждан и содействия обеспечению эффективной занятости населения:

- создание новых рабочих мест производственной области, путем помощи в развитии малого бизнеса;

- оказание поддержки при трудоустройстве гражданам, особо нуждающимся в социальной защите, создание рабочих мест для социально уязвимых категорий граждан (женщин, молодежи, освобожденных из учреждений, исполняющих наказание; инвалидов, длительно безработных граждан, беженцев и вынужденных переселенцев);

- создание условий для ускоренного вхождения безработных граждан из числа выпускников учреждений начального и среднего профессионального образования, ищущих работу впервые, в общественное производство и повышение их конкурентоспособности на рынке труда;

- проведение ярмарок вакансий, анкетирования, тестирований, семинаров для выпускников школ и профессиональных учебных заведений;

- развитие новых форм сотрудничества с работодателями, предусматривающих создание баз данных высококвалифицированных рабочих и специалистов из числа не только безработных, но и занятых граждан, обратившихся в службу занятости и желающих сменить место работы;

- повышение пособия по безработице для поддержки уровня безработных граждан на период вынужденной незанятости;

- повышение квалификации работников и профессионального роста;

- содействие в организации стажировки выпускников, которые не смогли сразу найти работу после окончания учреждений профессионального образования;

- взаимосвязь и сотрудничество с сайтами, которые помогают в поиске работы не только ищущим гражданам работу, но так же предлагают возможность, по размещенным там резюме, выбрать работодателю наиболее подходящую кандидатуру на свободную вакансию из той базы данных, которая находится на сайте по поиску работы. На сайтах работы находится не только размещенные вакансии от работодателей, а также огромная база данных резюме ищущих работу. В мире глобализации, все большее предпочтение люди отдают максимально ускоренным способам поиска работы.

В Свердловской области в настоящее время наблюдается снижение численности безработных. Безработица представлена различными категориями населения. Самыми уязвимыми являются молодежь, лица предпенсионного возраста и малоквалифицированные рабочие. Согласно проведенному анализу, с 2007 по 2013 г. на рынке труда Свердловской области отмечается снижение безработицы. Несмотря на это проблема безработи-

цы остается острой, огромное количество граждан не могут найти подходящую работу, а большое количество выпускников различных образовательных учреждений остаются безработными, так как не имеют стажа работы или трудоустраиваются не по специальности.

В настоящее время предпринимаются различные меры по снижению общего уровня безработицы как со стороны органов по труду, так и со стороны других органов государственного регулирования. Для повышения эффективности политики снижения безработицы мы предложили пакет мер социальной поддержки безработных в регионе.

Библиографический список:

1. *Министерство* экономики Свердловской области. URL : <http://economy.midural.ru/content> (дата обращения 16.12.2014 г.).
2. *Единая* межведомственная информационно-статистическая система. URL : <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do> (дата обращения 16.12.2014 г.).
3. *Федеральной* службы государственной статистики Свердловской области. URL : <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do> (дата обращения 16.02.2014 г.).
4. *Государственная* служба занятости. Департамент по труду и занятости населения Свердловской области. URL : <http://www.szn-ural.ru/home/seekrab/consposisk.aspx> (дата обращения 16.12.2014 г.).

Ю. С. Новопашина, А. Л. Межецкая

Социально-культурное развитие персонала

Формирование корпоративной культуры стало в последнее время очень актуальным направлением в развитии организаций. Тенденции к созданию собственных норм корпоративной этики, привлечение персонала к коллективным занятиям спортом, а также развитие дружеских отношений внутри коллектива стали использовать большинство крупных и средних российских компаний.

Ярким примером компании с развитой корпоративной культурой является Сбербанк. Ценности Сбербанка определяют набор правил и требований, которые предъявляются к каждому человеку, претендующему стать сотрудником банка. Среди элементов такой корпоративной культуры можно выделить: спортивные соревнования, проводимые в масштабах корпорации; издания: «Мой Сбербанк», «Доброе утро, Сбербанк» («Дуся»), которые рассказывают об основных новостях и инновациях банка. Также в Сбербанке организуются совместные празднования крупных дат и событий, что позволяет сотрудникам чувствовать себя частью большой команды, создавать эффект нахождения в кругу друзей [2, с. 17].

Социально- культурное развитие персонала положительно влияет не только на общий эмоциональный фон в коллективе, но и способствует увеличению производства, более качественному предоставлению услуг и выполнению работ.

По мнению многих экспертов, план по окультуриванию персонала должен состоять из двух пунктов: формирование корпоративной культуры и обеспечение социальной поддержки сотрудников.

Корпоративная культура представляет собой модели поведения, которые формируют у сотрудников чувство собственной значимости и желание достигать все более высокие цели, а также создают дружескую обстановку внутри коллектива.

Решающим фактором в становлении корпоративной культуры является философия компании или другими словами, принципы, которым следует руководство компании. Эти принципы формируются в рекламных материалах, в речах основателей компании, информационных документах. Формирование таких принципов преследует цель создать в глазах своих сотрудников и во внешней среде определенный имидж компании [5].

Что касается, социальной поддержки сотрудников, то она включает в себя ряд мер, которые повышают привлекательность предприятия для трудоустройства и последующей эффективной работы. Наиболее распространенные меры:

- возможность льготного питания по месту работы;
- предоставление служебного жилья;
- обеспечение рабочей (форменной) одеждой;
- наличие медкабинета и забота о здоровье;
- предоставление ссуд работникам;
- наличие служебного транспорта;
- наличие места для парковки личных автомобилей сотрудников;
- бесплатные газеты, журналы для сотрудников;
- возможности заниматься спортом и т. д. [4].

Кроме формирования корпоративной культуры и обеспечения социальной защищенности в программу социально-культурного развития персонала, по нашему мнению, следует включить воспитание чувства патриотизма и мотивации работать в России. Мы считаем это очень важным аспектом, так как в нашей стране до сих пор актуальна проблема утечки квалифицированных кадров.

По данным Федеральной службы государственной статистики Россию ежегодно покидает более 200 тыс. чел. с высшим образованием. Масштабы эмиграции через официальные каналы на постоянное место жительства и по временным трудовым контрактам в 2002–2010 гг. составили 30–35 тыс. специалистов с высшим образованием, в том числе от 10 до 40 докторов наук и от 30 до 90 кандидатов наук в год [3, с. 24].

Миграция специалистов за рубеж обусловлена множеством факторов. В первую очередь, это связано с различным уровнем экономического и социального развития стран. Ученые и специалисты покидают страну в пользу другой, если находят там более высокое материальное возна-

гражданин, возможности для творчества и саморазвития, лучшее лабораторное оборудование, более комфортные бытовые условия, больше гражданских прав и демократических свобод [1, с 15].

Для решения проблемы утечки квалифицированных кадров мы предлагаем реализовать следующие меры:

Во-первых, необходимо показать населению России, что в развитых странах есть свои большие недостатки: безработица, бедность, особенности менталитета, высокие налоги.

На самом деле, недостатков еще больше, просто у наших граждан сложился стереотип беззаботной и богатой жизни за рубежом. Виной этому – пропаганда «Американской мечты» через голливудские фильмы и иностранную рекламу. Поэтому нам следует также создавать качественные фильмы, сериалы, социальную рекламу, которые будут вызывать патриотизм к Родине и желание здесь жить. Хорошими примерами являются недавние фильмы: «Легенда № 17», «Мы из будущего», «Сталинград».

Во-вторых, необходимо сформировать идеал современного российского гражданина, который живет, работает на Родине, добивается больших успехов и пропагандировать это через средства массовой информации, социальные сети и т. д. Таким образом, если с самого детства прививать гражданам любовь к Родине и обеспечивать благоприятные условия для труда и для жизни, то проблема «утечки умов» разрешится сама собой.

В заключение, хотелось бы отметить, что социально- культурная подготовка кадров является такой же важной и необходимой, как профессиональное образование и повышение квалификации, так как осознание и разделение сотрудниками ценностей компании необходимо для перехода этой компании на более качественный уровень развития.

Библиографический список

1. *Плутова М. И.* Интеллектуальная миграция как основной фактор снижения научно-образовательного потенциала страны // Управленец. 2010. № 9–10.
2. *Потапова В. А.* Потенциал корпоративной культуры // Работы молодых ученых. 2013.
3. *Рязанцев С. В.* Эмиграция ученых из России : «циркуляция» или «утечка» умов // Социологические исследования. 2013. № 4.
4. *План по развитию персонала.* URL : http://studme.org/15220809/finansy/plan_razvitiyu_personala.
5. *Основы корпоративной культуры.* URL : http://www.cfin.ru/management/people/culture/corporate_culture.shtml.

К вопросу об определении предпринимательства как культурного феномена

В системе наук о культуре уже не требуется специально доказывать, что экономическая деятельность является частью культуры, значимым сегментом культурообусловленной социальной практики [1]. Это становится особенно очевидным, когда речь заходит об инновационной деятельности в сфере экономики: предпринимательской, изобретательской и другой, которая протекает в полном соответствии с универсальными закономерностями становления культурной инноватики. Вместе с тем при рассмотрении предпринимательской культуры наблюдается понятийно-смысловой разрыв между двумя составляющими этого явления – культурой предпринимательства, которая формируется общекультурными установками всякого общества в каждый момент его истории и задает социальные нормативы экономической деятельности вообще и системой одобряемых или хотя бы допустимых форм ведения предпринимательской деятельности, которая формируется в самой предпринимательской среде [1].

Предпринимательство в культуре – специфическая область человеческой деятельности, возникшая в результате интеграции культуры и бизнеса [2]. Данная область деятельности характерна для становления, развития и трансформации периода рыночных отношений, которые сложились и реализуются в рамках индустриальной и постиндустриальной модели развития общества. Предпринимательство в культуре имеет амбивалентную природу. Специфика данной деятельности вырабатывалась в пограничной зоне между созданием материальных и духовных ценностей.

Предпринимательство – явление универсальное и может характеризовать самые различные области человеческой деятельности. Но у предпринимательства есть непосредственные истоки, связанные с производственно-материальной и коммерческой деятельностью [2]. Особенно важно подчеркнуть то, что предпринимательство может иметь различные формы актуализации от малого, среднего до крупного бизнеса.

О том, что предпринимательство сегодня переходит в новую стадию своего развития, красноречиво говорят цифры [3]. По данным исследования, доля предпринимателей в составе населения, (исключая крупный капитал), равна 2,7%. Число тех, кто хотел бы уже сейчас начать свое дело, составляет 36,6%. Сопоставление этих двух цифр свидетельствует о позитивном сдвиге в сознании россиян, которое выражается и в изменении отношения к предпринимателям, и в изменении отношения к богатству, и в изменении отношения к человеческим качествам. Однако в первую очередь необходимо выделить главный результат первой стадии: люди стали выходить из анемического состояния, вызванного резким переходом

к рыночной экономике. Период безвольной апатии закончился. Желание попробовать себя в предпринимательстве с полным правом можно считать формой социализации – возвращением в активную общественно-экономическую жизнь значительной части российского общества.

Потенциальные предприниматели приблизительно равномерно распределены по территории Российской Федерации. Так, общее число желающих начать свое дело на селе составляет 49,5%, в мегаполисах – 38,8%.

Потенциальные предприниматели не считают отсутствие высшего образования препятствием для организации своего дела [4]. Более того, предпринимательство становится альтернативной социальной лестницей, открывающей многообещающие перспективы тем, кому в прежнее время социальный рост был заказан. Наибольший интерес к предпринимательской деятельности обнаруживает молодежь.

Предпринимательство для нашей традиции явление не чуждое, но на определенное время забытое, вытесненное в маргинальную область интересов и даже наказуемое в период существования советской власти и административно-командной системы управления.

Предпринимательство в культуре, безусловно, является прикладной областью культурологических знаний. Эта область возникла на перекрестке, на первый взгляд, весьма отдаленных сфер: культуры и экономики, культуры и бизнеса. Предпринимательство в культуре – сфера, которая заявила о себе в нашей стране совсем недавно, ее истоками являются либеральные реформы 1990-х годов.

В условиях перехода к рынку, предпринимательство стало неотъемлемой частью современных жизненных реалий. Но если в бизнес-среде предпринимательство признано и не вызывает отторжения (и мировоззренчески, и практически), поддерживается, то в сфере культуры к нему относятся насторожено и неоднозначно, что имеет под собой объективные причины.

Позиция, заключается в том, что предпринимательство и рынок – две вещи совместные и при определенных подходах взаимовыгодные, а для культуры и искусства на современном этапе чрезвычайно необходимые. Мнение, согласно которому предпринимательство вредит культуре и искусству – категорично и непродуктивно, но в силу обстоятельств наиболее распространено.

Пока предприниматель осуществляет свою деятельность самостоятельно, вернее единолично (а такие случаи встречаются особенно часто на начальном этапе), то уровень культуры его предпринимательской деятельности, зависит только от него самого [2]. Как только в этот процесс включено более одного человека, результат будет зависеть от количества слагаемых. Чем сложнее система, тем труднее взаимодействие внутри нее. Именно он становится генератором новых идей, начинателем новых форм деятельности.

Аксиоматично представление, о том, что малый бизнес – основа общественного развития. Чем больше предпринимателей в стране, тем быстрее она будет развиваться. Это касается производства, торговли, сферы услуг, и область культуры не является здесь исключением. Развитие малого предпринимательства в области культуры может стать завидно продуктивной идеей.

Основным атрибутивным качеством предпринимателя является его предприимчивость. Она проявляется в деятельности человека независимо от того, является ли он собственником дела или наемным работником. Предприимчивость – это проявление особой одаренности человека [2]. Если к ней нет изначальной предрасположенности, научить приемам предпринимательской деятельности можно, и иногда весьма результативно, но эффект будет менее ярок, по сравнению с технологически оснащенной, продуктивно ориентированной природной предприимчивостью. Хотя обстоятельства жизни подчас является хорошим стимулом для проявления предприимчивости.

Качество предприимчивости принято трактовать как проявление инициативности, активности, энергичности, волевых усилий, находчивости, практической сметки, самостоятельности в принятии решений, твердости в достижении поставленных целей, здорового азарта.

Цели предпринимательской деятельности не сводятся только к получению материальной выгоды, они тесно связаны с удовлетворением личностных социально-ценностных потребностей. Например, потребности в самовыражении, самореализации, самоутверждении через признание идей, их жизнеспособности, утверждении положительного образа в общественном мнении, выполнения социального миссионерства, снискания известности.

Предпринимательство в культуре – это перевод сферы культуры на рыночные рельсы [2]. Это процесс коммерциализации культуры со знаком плюс. Предпринимательство в культуре – это системное партнерство со всеми субъектами культурной политики и особенно с бизнес-структурами. С последними осуществление организационного партнерства, что активно практикуется в развитых Западных странах.

Предпринимательство в культуре освоение положительного опыта высокотехнологического бизнеса и применение современных технологий менеджмента и маркетинга в сфере культурных услуг.

Предпринимательство в культуре – поле для реализации инновационных креативных идей, которые в советском прошлом не могли получить полномасштабных условий для реализации. Предпринимательство в культуре – территория свободы творчества, развитие новых форм их актуализации, таких как креативные индустрии и творческие кластеры.

Предпринимательство в культуре – использование культурного ресурса как стратегического ресурса развития современного общества.

Библиографический список

1. Семенистова О. С., Дьячкова С. П. Предпринимательство как культурный феномен. URL : <http://old.group-global.org/ru/advice/view/1360>.
2. Фонд знаний «Ломоносов». URL : <http://lomonosov-fund.ru>.
3. Бляхман Л. С. Предпринимательство в России. СПб.: Дело, 2007.
4. Дильнова З. М. Культура предпринимательства как социальное явление // Известия Саратовского университета. Новая серия. 2008. Т. 8. Серия «Социология. Политология». Вып. 2.

Д. А. Панфилова

Инновационные технологии и инструменты для обработки металлических и композиционных материалов ОАО «ВНИИИНСТРУМЕНТ»

Всероссийский научно-исследовательский инструментальный институт «ВНИИИНСТРУМЕНТ», который основан в 1943 г. и является головной организацией инструментальной промышленности России:

выполняет, а также разрабатывает комплексные поставки «под ключ» инновационных технологий металлообработки и деревообработки, оборудования, оснастки и инструментов всех типов, обеспечивает их оптимальную эксплуатацию и мониторинг, решает задачи технологического перевооружения механообрабатывающих производств предприятий оборонного и гражданского машиностроения на базе создания гибких интегрированных технологических модулей;

проводит НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструктивные разработки) по созданию высокопроизводительных инструментов, в том числе на основе наноструктурных материалов, определению эффективных областей их применения; по разработке нормативов режимов резания, НТД (Нормативно-техническая документация) и стандартов. На базе «ВНИИИНСТРУМЕНТА» действует Центр сертификации инструмента, выполняющий комплекс работ по сертификации, контролю качества и технической экспертизе инструмента и оснастки [1].

С вступлением России в ВТО (Всемирная торговая организация) и обострением конкуренции на внутреннем и внешнем рынке задача инновационной модернизации отечественной обрабатывающей промышленности для производства новых видов продукции приобрела важный характер. В данной сложной ситуации для обеспечения повышения качества проектов техперевооружения, минимизации затрат и повышения эффективности производственных процессов очень необходимы комплексные процессы технологического аудита предприятий и отдельных их производств, внедрение инновационных инструментов и методов обработки, а также экспертиза проектов техперевооружения [2].

ОАО «ВНИИИНСТРУМЕНТ» на основе накопленного опыта при работе с предприятиями различных отраслей промышленности и являясь, при этом, официально аккредитованной организацией ГК «Ростехнологии», разработало и уже успешно внедряет ряд инновационных проектов обработки изделий различного назначения. Одним из примеров можно отнести технологию обработки на многокоординатных станках с ЧПУ (числовое программное управление) крупномодульных зубчатых изделий, в том числе термообработанных до твердости 48–50 HRC с применением специального сборного режущего инструмента, который оснащен твердосплавными режущими пластинами.

Применение данной технологии и инструмента позволяет легко обрабатывать зубчатые изделия методом обкатки сборными дисковыми фрезами с прямолинейным профилем взамен использования дорогостоящих червячных фрез, которые, в свою очередь, оснащены твердосплавными пластинами [3].

Полным ходом развиваются работы по высокоскоростному резанию, при котором обеспечивается большой отвод тепла со стружкой из зоны резания, что создает минимальный нагрев обрабатываемых деталей и способствует снижению их деформации и повышению качества обработки.

Кроме того, применение высокоскоростного резания с минимальными подачами обеспечивает минимизацию деформаций инструмента. Данные свойства высокоскоростного резания привели к развитию применения данного процесса при обработке деталей из легких сплавов, труднообрабатываемых материалов, а также деталей, нагрев которых при обработке недопустим [4].

Приведенные примеры в моей статье являются лишь частью разрабатываемых ОАО «ВНИИИНСТРУМЕНТ» новых технологий и инструментов.

Библиографический список

1. *Всероссийский* научно-исследовательский инструментальный институт «ВНИИИНСТРУМЕНТ». URL : <http://www.vniiinstrument.ru/index.php>.
2. *Нанотехнологии* // ОАО «ВНИИИНСТРУМЕНТ». URL : <http://www.vniiinstrument.ru/information.php>.
3. *Обработка* металлических и композиционных материалов // ОАО «ВНИИИНСТРУМЕНТ». URL : <http://www.vniiinstrument.ru/materials/buklet/2013/section-a.pdf>.
4. *Производство* и эксплуатация современного режущего инструмента // ОАО «ВНИИИНСТРУМЕНТ». URL : <http://www.vniiinstrument.ru/information/books/books.php>.

Влияние инновационного потенциала на конкурентоспособность страны

Различия между уровнем жизни богатых и бедных стран часто объясняются различиями в инновационном потенциале этих стран. Инновации являются ключевым фактором, определяющим как рост производительности, так и конкурентоспособности. Целью данной работы является выявить взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности страны, а также представить перспективы для повышения инновационного потенциала в странах ЕврАзЭс.

Инновационный потенциал и конкурентоспособность. Одним из основных эффектов инноваций является повышение качества товаров и услуг, которые вводятся на рынок дешевле. Последнее является одним из наиболее важных факторов для экономической конкурентоспособности. Взаимосвязь между инновациями и конкуренцией является достаточно трудным и сложным. С одной стороны, сильная конкуренция стимулирует компании создавать инновации, чтобы иметь возможность продолжить свою деятельность или превзойти своих конкурентов, уменьшив расходы и повышая прибыли. С другой стороны, возможность создавать, использовать и распространять инновации зависит от среды, в которой вознаграждение за инновации является достаточными для его стимулирования.

Для определения влияния инновационного потенциала на конкурентоспособность, рассмотрим основные показатели конкурентоспособности, которые предоставляются Всемирным экономическим форумом (ВЭФ).

Таблица 1

Индекс глобальной конкурентоспособности 2014–2015 и его субиндексы

Страна	Общий индекс		Инновация		Высшее образование и тренинги	
	позиция	оценка	позиция	оценка	позиция	оценка
Армения	85	4,01	104	2,95	75	4,2
Казахстан	50	4,42	85	3,14	62	4,51
Киргизия	108	3,73	132	2,48	91	3,89
Российская Федерация	53	4,37	65	3,29	39	4,96

Как видим, субиндекс в области инноваций является худшим из всех индексов для всех стран, упомянутых в табл. 1. Это означает, что ни одна из перечисленных стран не представляет должного отношения к инновациям, потому что общий индекс намного выше, чем субиндекс по инновациям. Немного иная ситуация наблюдается в индексе высшего образования и профессиональной подготовки. Мы видим, что никто из них не стоит после 92 из 144 стран. Это не удивительно, потому что, как проанализировано на рис. 2, финансирование образования со стороны данных стран

намного больше, чем финансирование НИОКР (рис. 1) и результаты непосредственно отражаются в индексе высшего образования и профессиональной подготовки, которая влияет на индекс конкурентоспособности.

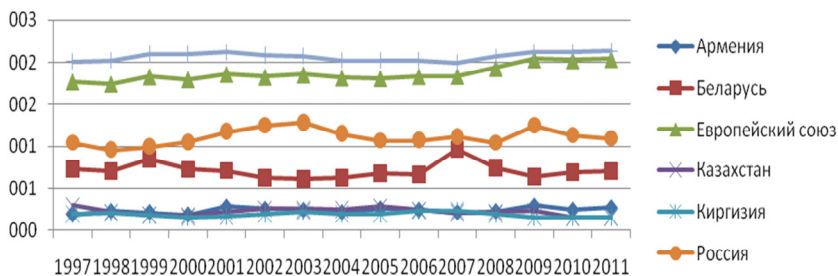


Рис. 1. Затраты на НИОКР в 1997–2011 гг., % от ВВП [1]

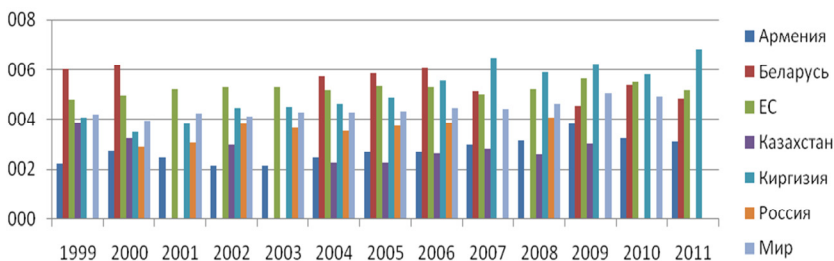


Рис. 2. Государственные расходы на образование, всего в 1999–2011 гг., % от ВВП [1]

Возникает вопрос: каковы основные факторы, препятствующие развитию инновационного потенциала, соответственно и конкурентоспособности? В соответствии с ВЭФ частные расходы на НИОКР, а также государственные закупки передовых технологий самые слабые показатели в инновационном субиндексе.

Большой проблемой для всех рассматриваемых стран является коррупция, которая в соответствии с отчетом ВЭФ является первой проблемой и препятствием для развития рассматриваемых стран. По Индексу восприятия коррупции (Corruption Perceptions Index) Армения 94 из 177 стран с показателем 36 (из 100), Россия – 127, с показателем 28, и данная ситуация наблюдается также и для остальных стран. Влияние данного показателя на всю страну огромное, в частности, исследования показывают, что существует линейная зависимость между Индексом восприятия коррупции и Индексом эффективной работы правительства (Government Effectiveness Index) [5], который показывает эффективность деятельности правительства.

Таким образом, можно сделать вывод, что существует множество проблем, не позволяющих расти инновационного потенциала. Прежде всего, коррупция, которая не позволяет развиваться всей экономике. Во-вторых, недостаточное финансирование НИОКР как со стороны правительства, так и частного сектора. Иной проблемой является то, что многие страны, которые имеют возможность создавать, использовать и распространять инновации уже сделали это и важно выявить, смогут ли рассматриваемые страны конкурировать с другими странами. Таким образом, данным странам необходимо найти новые возможности и преимущества, чтобы иметь возможность улучшить производительность в стране. Одним из способов является использование существующих технологий, другой – вводить постепенные улучшения в других областях.

Одним из преимуществ рассматриваемых стран является человеческий капитал. Согласно «Докладу о человеческом развитии 2014 года» (Human Development Report 2014) данные страны относятся к странам с высоким уровнем по развитию человеческого потенциала, что представлено в табл. 2. К сожалению, данный индекс предполагает «потери» в индексе из-за неравенства в доходах, образовании и рождении, которые не способствуют лучшим позициям.

Т а б л и ц а 2

Индекс развития человеческого потенциала в 2013 г.

Страна	Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП)	Рейтинг страны по ИРЧП	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет	Среднее количество лет обучения, лет	Ожидаемая продолжительность обучения, лет	Валовой национальный доход (ВНД) на душу населения, дол. (2011 г. по ППС дол.)
Армения	0,730	87	74,6	10,8	12,3	7,952
Беларусь	0,786	53	69,9	11,5	15,7	16,403
Казахстан	0,757	70	66,5	10,4	15,0	19,441
Россия	0,778	57	68,0	11,7	14,0	22,617

Одним из самых важных показателей для сопоставления инновационного потенциала стран является общий объем расходов на НИОКР % от ВВП (см. рис. 1). Из рис. 1 видно, что сумма расходов на НИОКР в Армении, Казахстане и Киргизии почти то же самое, и ниже, чем в сравнении с другими странами, и колеблется от 0,16% (Казахстан и Киргизия) до 0,27% (Армения). Данный показатель выше в России (1,09%) и Белоруссии (0,70%), однако средний мировой показатель – 2,13% превышает данный уровень более двух раз. Высокий показатель характерен и для стран ЕС. Данные значения подтверждают недостаточное финансирование НИОКР со стороны всех рассматриваемых стран.

Отметим, что самый высокий уровень в совокупных расходах на НИОКР наблюдается в Корее (4,03%), Израиле (3,97%) и Финляндии (3,76%). Это основная причина, по которой средний показатель в мире выше, чем средний показатель по странам ЕС. Но даже в этом случае существует не сравнимый разрыв между рассматриваемыми странами и странами ЕС.

Таким образом, очевидно, что ни одна из рассматриваемых стран не предоставляет достаточных средств для развития НИОКР, что приводит к безвозвратным расходам, из-за которых страдает вся страна.

Лучшая ситуация наблюдается другом важным показателе: общие государственные расходы на образование в % от ВВП (см. рис 2). Все рассматриваемые страны имеют примерно такое же соотношение, как в среднем по миру (около 5%), за исключением Армении (3,14%). Очевидно, в этом случае финансирование образования выше, чем финансирование НИОКР. Однако, эта сумма не достаточна для достижения стабильного и высокого экономического роста, потому что, как уже было отмечено выше рост знаний имеет эндогенное влияние на экономический рост и связан с таким экономическим фактором, как рост прибыли, однако эффект от данных инвестиций проявляется только двадцать лет спустя.

Из представленного анализа можно прийти к выводу, что рассматриваемые страны не инвестируют достаточно средств ни в НИОКР, ни в образование. Сравнивая такие показатели, как расходы на научные исследования и развитие (% от ВВП), государственные расходы на образование (% от ВВП) становится очевидным, что сокращение расходов на НИОКР приводит к критической ситуации для устойчивого роста в будущем.

Таким образом, рассмотрев взаимосвязь между инновациями и конкурентоспособностью, а также основные показатели, характеризующие инновационный потенциал в стране, в работе были выявлены основные проблемы, препятствующие росту инновационного потенциала в странах ЕврАзЭс. Возникает вопрос: каким образом изменить сложившуюся ситуацию?

Во-первых, правительства рассматриваемых стран должны попытаться решить проблему коррупции, которая является злейшим врагом всех стран.

Во-вторых, государства должны оптимизировать свои расходы и инвестировать в более производительные сектора, в частности, увеличить инвестиции в НИОКР и образование. Кроме того, переход к инновационному потенциалу экономики, в первую очередь достигается за счет масштабного инвестирования в человеческий капитал. Эти изменения позволят увеличить число исследователей в области науки, техники и технологии, и путем финансирования исследователей можно достичь привлекательным местом для мирового класса ученых, которые представляют человеческий капитал для всей страны. Тем не менее, опыт других стран показывает, что правительство не может самостоятельно повысить уровень инноваций, потому что увеличение НИОКР происходит естественно. Для последнего участие бизнеса играет большую роль, так как они также должны инвестировать в НИОКР. Для этого правительство должно создать необходимые рыночные условия для поддержки инноваций, как для отечественных, так и для зарубежных фирм. Для начала дан-

ные инвестиции должны быть сделаны в наиболее конкурентных и перспективных отраслях рассматриваемых стран. В частности, значительный рост производительности за последние 5 лет наблюдается в сфере ИТ: за счет качества рынка человеческих ресурсов. Тем не менее, большая часть инвестиций и спроса на этот сектор приходят из международного рынка, что еще раз доказывает необходимость инвестиций в данную отрасль со стороны государства.

Таким образом, можно сделать вывод, что для достижения устойчивого роста и конкурентоспособной экономики необходим инновационный потенциал, который может существовать только при наличии поддержки как со стороны государства, так и частного сектора.

Библиографический список

1. *The World Bank*. URL : <http://www.worldbank.org>.
2. *The World Economic Forum*. URL : <http://www.weforum.org>.
3. *Transparency International*. URL : <http://www.transparency.org>.
4. *Human Development*. URL : <http://hdr.undp.org/en>.
5. Давыдов А. А. Конкурентные преимущества системной социологии. М. : ИС РАН, 2008.
6. *OECD*. Supporting Investment in Knowledge Capital, Growth and Innovation // Scherer F. M., Ross D. Industrial market structure and economic performance. 3rd ed. Ch. 1. Boston: HoughtonMifflin, 2013.
7. *Adams J.* Fundamental Stocks of Knowledge and Productivity Growth // *Political Economy*. 1990. Vol. 98, no. 4.
8. *Denison E.* The Sources of Economic growth in the States and the Alternatives before Us. N. Y. : Committee for Economic Development, 1962.

М. А. Pominov

Disney's corporate culture: key principles

Corporate culture is a set of values prevailing in the organization, set of concepts, norms and patterns of behavior, that determine the meaning and pattern of activity of employees, regardless of their official positions and duties.

Corporate culture has a significant influence on the effectiveness of any company. Also, it affects every member of the company, because employees do not distinguish themselves in the team, and productivity depends on the coherence of the overall teamwork.

This article aims to analyze the main elements of Disney corporate culture. This choice was determined by the fact that Disney is one of the leaders in the field of animation and entertainment. Another aim pursued in this article is to evaluate the influence of corporate culture on the success of the company as a whole.

Disney cultural potential is based on three basic principles. The first principle implies that everyone must feel comfortable with the culture. You must leave place for individuality and personality. Another important principle

is to look at things globally and not to overlook the details. The last very important principle is to establish specific criteria, and make them part of the process of performance evaluation.

We can assume that these principles are the result of Disney strong corporate culture. That is why it would be interesting to examine in more detail the organization in an attempt to understand the key factors that enable them to be among the market leaders.

The main elements of the Disney corporate culture. First of all they pay attention to the services: they need to be cheap, but the quality remains. At present there is a huge competition in the entertainment business. Despite this, Disney stand on legs strong, because it employs «the right people» or, as Disney prefers to call them «team members».

Disney claims that the great service implies the attention to the details. «Our guests tell us over and over again that they do not come to us for new attractions or hotels, because we are not the only ones who offer a ride on a roller coaster», he says. «People come back to us because our staff do everything to make our guests feel special».

Also, you always have to keep up with the time and try to get ahead of desires of the client. According to Disney, this is one of the key elements of success.

Also Disney pays great attention to the selection of staff. Good business customer service requires employees who can maintain it at the proper level.

Disney is trying to protect its customers from surly employees if it all comes down to the question of hiring a person with experience or with the right (good and positive) ratio, the company will choose the last one.

One of the most famous sayings of the founder of Disney: «We hire for attitude, not because of his ability».

Studies show that in most organizations, there is a layer of workers (20 to 30 percent of the total), which emit positive emotions and, therefore, relate well to people. On average, 50–60 percent of the staff do a good job, but they have a slightly lower level of enthusiasm. Also, in each company there work people (about 20%), who are a little resentful of the world, no matter how and what they do. «You can not affect or change these people», says Disney.

At Disney they are called «poison». This often brings a smile to the faces of others, but the company is trying to be insightful. These 20% of employees can provide only poor customer service, which, of course, is simply unacceptable. Thus, they try to weed out the 20% before hiring. This process requires a serious assessment of the individual and the relationship, but if this is not done, then the rest of the staff will receive an additional burden that could affect their work.

However, there are three values, which the company pays great attention to ensure that culture is a priority. Firstly, they provide training and instruction, including elements of culture in staff training and ongoing training

performance. Also the requirement for feedback and ideas from the team are very important. Foster a sense of ownership, and range of creative input, allowing employees to contribute to the company activities. Recognition and reward performance are also important elements. They build up the motivation of employees through formal and informal reward and recognition programs.

Conclusion. As we can see from the article, Disney culture makes a huge impact on the organization employees and their customers. Therefore, selection and training of personnel is paid much attention to. This is, first and foremost, affects the corporate culture and the relations among the employees within the organization.

Perhaps it is due to these rigorous selection and conservative methods of management that the company was able to reach such heights and be the unrivaled leader in the market.

Years of experience and constant desire to evolve and move forward, is a huge motivation for the employees of the company and its executives do not stop and conquer new peaks.

As proof of all the above are specific examples of Walt Disney Company that was able to increase its net profit in the second quarter of 2013 to \$1.92 billion. The company profit excluding one-time factors was \$1.11 million, revenue increased to \$11.65 billion against \$10.55 billion a year earlier. Analysts predicted Disney profit of \$11.25 billion.

Disney studios profit rose to \$475 million compared with \$118 million a year earlier, the revenues of this division increased by 35%, to \$1.8 billion.

These results the company achieved thanks to the fact that each member of the team follows the principles of corporate culture.

References

1. URL : <https://disneyinstitute.com/blog/2013/03/a-disney-approach-to-corporate-culture-pt-2/146>.
2. URL : <https://disneyinstitute.com/blog/2013/03/a-disney-approach-to-corporate-culture-pt-1/145>.
3. URL : <https://disneyinstitute.com/blog/2013/02/leading-creativity-in-business-can-start-with-successful-failures/142>.
4. URL : <http://hr-portal.ru/article/dlya-kompanii-disney-vazhno-otnoshenie-ne-sposobnosti?page=5>.

Н. А. Портнов

Детерминанты инвестиционного климата России

В условиях общемировой экономической нестабильности и политических вызовов России, необходимости дальнейшей модернизации экономики и снижения зависимости от экспорта энергоносителей, остается важным и актуальным вопрос привлечения иностранных инвесторов в экономику России. Вместе с иностранными инвестициями российские

компаниямполучают возможность перенять передовые технологии и эффективные модели управления у зарубежных компаний.

Вопросы улучшения инвестиционного климата обсуждаются в правительстве России, и входят в целевые показатели развития страны (например, включение места в рейтинге Doing Business в Концепцию долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 г.).

По своей сути инвестиционный климат представляет набор экономических, политических, социальных и других факторов, определяющих степень благоприятства условий для лиц, или компаний, осуществляющих инвестиции, в определенной стране. Ниже представлено несколько определений инвестиционного климата, встречающихся в работах исследователей.

Определения инвестиционного климата

Автор	Содержание определения
Ткаченко И. Ю.	Комплекс факторов, характерных для данной страны и определяющих возможности и стимулы хозяйствующих субъектов к активизации и расширению масштабов деятельности путем осуществления продуктивных инвестиций, созданию рабочих мест, активному участию в глобальной конкуренции [1]
Алексеева В. Н.	Инвестиционный климат – совокупность политических, экономических, правовых, социальных и других факторов, определяющих возможности прибыльного вложения капитала и приемлемую степень инвестиционного риска, опосредованных состоянием инфраструктуры и комфортом жизнедеятельности [2]
Бузова И. А., Маховикова Г. А., Терехова В. В.	Под инвестиционным климатом в рыночной экономике понимается совокупность политических, экономических, финансовых, социокультурных, организационно-правовых и географических факторов, присущих в данный момент государству (региону) и привлекающих либо отталкивающих потенциальных инвесторов [3]
Киселева Н. В.	Инвестиционный климат в общем виде может быть представлен как совокупность нормативно-правовых, социальных, экономических и экологических условий, определяющих тип и динамику воспроизводственного процесса в регионе, обеспечивающих надежность возврата и эффективность вкладываемых средств [4]

Из определения инвестиционного климата следует, что существует несколько параметров, по которым можно оценить инвестиционный климат. Различными международными организациями и компаниями ежегодно публикуется несколько докладов и публикаций, направленных на оценку того или иного аспекта инвестиционного климата. Как правило, все подобные доклады содержат рейтинг стран, или регионов по анализируемому показателю.

В целом же инвестиционный климат представляет собой комплексную оценку таких аспектов и может быть проанализирован только при помощи комплексного ручного анализа всех факторов, формирующих инвестиционный климат.

Рассмотрим подробнее данные публикации и место России в анализируемых рейтингах.

Одним из самых широко известных докладов, отражающих состояние инвестиционного климата страны можно назвать доклад Всемирного банка «Ведение бизнеса». Данный доклад концентрирует внимание на обзоре нормативно-правового регулирования бизнеса. Рейтинг составляется на основании 10 индикаторов регулирования предпринимательской деятельности, учитывающих время и стоимость выполнения предпринимателем требований государства по регистрации нового предприятия, деятельности предприятия, ведению торговых операций, обеспечению исполнения контрактов, налогообложению и закрытию предприятия [5].

В докладе за 2014 г. Россия поднялась на 19 ступеней по сравнению с предыдущей оценкой и заняла 92-е место. Для сравнения, Казахстан занимает 50 позицию в данном рейтинге, уступая при этом России по 9 из 10 параметров. Столь значительный отрыв Казахстана от России формируется за счет системы налогообложения.

Россия имеет сравнительно невысокий уровень налоговой нагрузки, по оценкам Минфина в 2013 г. он составил 33.5%. При этом представители бизнеса отмечают большое количество сборов со стороны государства, не именуемых налогами, но де-факто таковыми являющихся. Примером подобных сборов может быть утилизационный сбор, обязательный сбор с поставщиков мобильной связи, сбор за импорт аудио- и видео-воспроизводящей продукции. Такие платежи выводятся из статистики налогов, но не снижают уровень фискальной нагрузки на предпринимателей.

Кроме того, стоит отметить высокое непостоянство системы налогообложения в России. У предпринимателей отсутствует возможность не только долгосрочного налогового планирования, но иногда и планирования налоговых отчислений на следующий год. Например, в 2015 г. планируются изменения в налог на дивиденды, страховые взносы, акциз на газ, водный налог, плата за использование лесов [6].

Такая ситуация с налоговой системой России создает существенную угрозу для инвестиционного климата страны, лишая предпринимателей возможности планирования своего бизнеса с налоговой точки зрения.

Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) составляется Всемирным экономическим форумом совместно с сетью партнерских организаций (ведущих исследовательских институтов и организаций в странах мира) по методике, основанной на комбинации общедоступных статистических данных и результатов глобального опроса руководителей компаний. Индекс глобальной конкурентоспособности составлен из 113 переменных, из которых две трети представляют собой результаты глобального опроса руководителей компаний чтобы охватить широкий круг факторов, влияющих на бизнес-климат в исследуемых странах. На одну треть индекс состоит из общедоступных статисти-

ческих данных. Все переменные объединены в 12 групп, определяющих национальную конкурентоспособность: качество институтов, инфраструктура, макроэкономическая стабильность, здоровье и начальное образование, высшее образование и профессиональная подготовка, эффективность рынка товаров и услуг, эффективность рынка труда, развитость финансового рынка, уровень технологического развития, размер внутреннего рынка, конкурентоспособность компаний, инновационный потенциал [7].

В докладе за 2014 г. Россия заняла 53-е место из 148. В итоговом рейтинге Россию опередили такие страны как Казахстан, Польша, Азербайджан. Однако в целом Индекс глобальной конкурентоспособности определяет скорее не инвестиционный климат, а общее экономическое благосостояние и конкурентоспособность страны на мировой арене. Более точное понимание инвестиционного климата страны может дать анализ составляющих Индекс групп.

Наибольший интерес для анализа инвестиционного климата представляют следующие группы:

Инфраструктура – 43-е место. По данному показателю Россия опережает такие страны, как Чехия, Китай, Казахстан, Польша.

Макроэкономическая стабильность – 31-е место, опережая Австрию, Финляндию и Нидерланды. Однако в отношении данного показателя стоит отметить, что в настоящее время макроэкономическая стабильность России изменилась в связи с конъюнктурой мировых товарных рынков, а также политической ситуации вокруг России.

Эффективность рынка труда – 48-е место. Данный показатель является слабой стороной российского инвестиционного климата на фоне сопоставимых по уровню экономического развития стран. По эффективности рынка труда Россию опережают Монголия, Казахстан, Азербайджан. Стоит отметить, что для России показатель эффективности рынка труда является одной из ключевых проблем инвестиционного климата. Улучшение данного показателя могло бы дополнительно привлечь в Россию иностранных инвесторов, идущих не «за рынком» (т. е. размещая свои производства для получения доступа к российскому рынку), а идущих «за рентабельностью», т. е. за факторами производства (при таком сценарии региональные ресурсы – например, научно-техническая база, трудовые ресурсы, инфраструктура – интегрируются в глобальную производственную цепочку этих компаний).

Степень развития финансового рынка – 125-е место. Низкий уровень развития внутреннего финансового рынка до недавнего времени успешно компенсировался доступом российских компаний к иностранным финансовым рынкам. При этом российский бизнес существенно ощутил введение ограничений доступа российских компаний и банков к иностранным финансовым рынкам, твердо обозначив еще одно слабое место российско-го инвестиционного климата.

Кроме перечисленных выше источников веским индикатором состояния инвестиционного климата могут считаться доклады и публикации международных консалтинговых компаний, посвященных теме инвестиционного климата.

Одной из таких публикаций является рейтинг 25 стран с наиболее благоприятным инвестиционным климатом, составляемый консалтинговой компанией A. T. Kearney. Компания составляет рейтинг стран, чья политическая, экономическая и правовая система способна привлечь прямые иностранные инвестиции [8].

Россия в 2014 г. не вошла в список 25 самых привлекательных для инвесторов государств. Годом ранее Россия находилась в рейтинге на 11-м месте. В A. T. Kearney не объяснили выпадение страны из списка, но отметили, что инвесторы в большей степени стали предпочитать для вложений развитые, а не развивающиеся государства. В 2014 г. 17-е из 25 лидирующих стран входят в Организацию по экономическому сотрудничеству и развитию (ОЭСР, считается клубом богатых государств). В прошлом году в списке самых привлекательных для инвестиций стран было 13 членов ОЭСР.

Компания отмечает, что основная часть работы экспертов по составлению рейтинга была завершена до обострения конфликта с Украиной, но, по словам представителя компании, данный конфликт лишь отпугнет потенциальных инвесторов.

В 2014 г. компания КПМГ совместно с РСПП представили исследование инвестиционного климата России, составленное на основании изучения мнения иностранных инвесторов о России. В основу методологии данного исследования положен эмпирический подход. Из историй, рассказанных инвесторами, эксперты КПМГ и РСПП выявили тенденции и закономерности, отчетливо характеризующие инвестиционный климат России в целом и ее регионов, а также существующие проблемы. Результаты исследования представлены в форме тезисов, сформированных на основании обработки данных интервью инвесторов, и видении того, какие действия должны предприниматься властями различных уровней для улучшения инвестиционного климата. Остановимся более подробно на основных идеях инвесторов, освещенных в исследовании [9].

Качество и доступность трудовых ресурсов, а также качество и состояние инфраструктуры вызывают опасение у иностранных инвесторов. 69% респондентов выразили обеспокоенность по поводу следующих ресурсов в регионах:

Материальная инфраструктура: объекты коммунального хозяйства не отвечают производственным потребностям; низкая плотность автомобильных дорог; непрозрачная юридическая информация о земельных участках; неспособность властей сдерживать свои обещания в отношении обеспечения инфраструктурой.

Рабочая сила: нехватка специалистов со знанием английского языка; дефицит технических специалистов; обучение студентов на устаревшем оборудовании.

Социальная инфраструктура: нехватка гостиниц, жилья, риэлтерских компаний, детских садов и школ; высокие цены при низком качестве услуг.

Финансовая инфраструктура: отсутствие рынка долгосрочного кредитования.

Проблема коррупции также не теряет своей актуальности. Согласно опросам инвесторов коррупция стала причиной остановки 1 из 7 инвестиционных проектов. При этом помимо «взяточничества» существует еще одна проблема, которая может быть отнесена к разряду коррупции. Проблема заключается в том, что региональные власти часто воспринимают компании как инвесторов в экономику региона, в то время как компании инвестируют не в регион, а в свой собственный бизнес, который по стечению обстоятельств ведется в этом регионе. Помимо этого, руководствуясь самыми лучшими побуждениями, власти могут пытаться принудительно внедрять принцип корпоративной социальной ответственности, призывая компании жертвовать средства на те или иные социальные проекты или организации. Подобное восприятие может не только отпугивать, но также и способствовать расцвету коррупции. Ведь если даже среди высших административных лиц преобладает точка зрения, что инвестор должен «платить» за привилегию открытия и ведения бизнеса в регионе, то это провоцирует взяточничество и на низших уровнях власти, работники которых, соответственно, также ожидают «вознаграждений».

Таким образом, инвестиционный климат России в настоящее время в целом имеет тенденцию к улучшению. Действия западных стран, ухудшающие экономическое положение России и ограничивающие доступ иностранных компаний на российский рынок, имеют скорее временный эффект на инвестиционный климат. Тем не менее, у российского инвестиционного климата остается много проблем и сфер для улучшения. Наиболее существенные из них – непостоянство системы правового регулирования и налогообложения, финансовая и макроэкономическая нестабильность, недостаток квалифицированной рабочей силы, недостаточно развитая инфраструктура.

Библиографический список

1. Ткаченко И. Ю., Малых Н. И. Инвестиции : учеб. пособие. М. : Изд. центр «Академия», 2009.
2. Инвестиционный климат и международный финансовый центр в Москве : тенденции и перспективы / под ред. В. Н. Алексеева, В. В. Ильина. М. : ИНФРА-М, 2012.
3. Бузова И. А., Маховикова Г. А., Терехова В. В. Коммерческая оценка инвестиций / под ред. В. Е. Есипова. СПб. : Питер, 2004.

4. Киселева Н. В., Боровикова Т. В., Захарова Г. В. Инвестиционная деятельность : учеб. пособие. 2-е изд. / под ред. Г. П. Подшиваленко, Н. В. Киселевой. М.: КноРус, 2006.
5. *Doing Business* // The World Bank. URL : <http://www.doingbusiness.org>.
6. *Налоговые системы мира: Россия* // РБК. URL : http://rbctv.rbc.ru/archive/spez_rep/562949992593088.shtml.
7. *The Global Competitiveness Index* // World Economic Forum. URL : <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>.
8. *The 2014 A. T. Kearney Foreign Direct Investments Confidence Index* / Pail Laudicina, Erik Peterson; A. T. Kearney, Inc. Chicago. 2014
9. *Точка зрения инвесторов. Оценка инвестиционного климата российских регионов глазами иностранных инвесторов. Совместное исследование КПМГ и ПСС ПП. 2013.* URL : http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Taking-the-Investor-Perspective_RU.pdf

Э. И. Роговский

Внедрение модульного центра обработки данных

Под центром обработки данных (далее ЦОД) мы понимаем оборудованную специальным образом площадку для размещения вычислительно-го, коммутационного оборудования и подключения к внешним каналам связи.

ЦОД обладает своей инженерной инфраструктурой, содержащей следующие системы:

- кондиционирования для поддержания температуры и уровня влажности воздуха в заданных параметрах, необходимых для надлежащей работы оборудования;

- управления питанием, обеспечивающую бесперебойное электро-снабжение ЦОД даже в случаях отключения центральных источников электроэнергии;

- охранно-пожарную сигнализацию и систему газового пожаротушения;

- приточной и вытяжной вентиляции;

- мониторинга и контроля, которая позволяет следить за изменениями всех параметров работы ЦОД с одного рабочего места;

- разграничения и контроля доступа, которая предоставляет доступ в технологические помещения только определенным лицам.

В ЦОД есть гермозона, внутри которой расположены монтажные шкафы для размещения вычислительного оборудования. Обычно вместимость каждого составляет 42 юнита. Несколько шкафов предназначены для распределения электроснабжения и коммутации. В остальных и размещается вычислительное оборудование.

Основной задачей ЦОД является размещение в нем вычислительных мощностей для работы автоматизированных систем предприятия. Не менее важной задачей является хранение информации, ее резервное копирование, подразумевающее создание копии данных на внешнем независи-

мом носителе, для последующего восстановления в случае повреждения или утери оригинала. Следует отметить, что ЦОД так же может являться источником дохода. Если имеется свободная площадь под оборудование, ее можно сдавать в аренду небольшим фирмам, которым необходимо малое количество шкафов или у которых нет возможности построить свой собственный ЦОД, но стоит учитывать что такая процедура может идти вразрез с политикой безопасности предприятия-арендодателя.

В ОАО НПК «УралВагонЗавод»¹ на данный момент уже функционирует ЦОД, но в связи с необходимостью повышения отказоустойчивости ИТ инфраструктуры предприятия и нехваткой площадей для размещения оборудования, предлагаю проект по созданию нового ЦОД.

Традиционно ЦОД подразумевает возведение отдельного здания, что влечет за собой этапы проектирования, согласования, получение технических условий присущие любому объекту капитального строительства. Эти процессы представляют основные недостатки: большие денежные затраты и большой срок от начала проектирования до ввода в эксплуатацию. Альтернативным решением, которое не будет содержать вышеперечисленных недостатков, является модульный ЦОД.

Модульный ЦОД будет представлять из себя готовый контейнер, собранный на производстве, который уже содержит в себе стандартизированные блоки, собранные и протестированные на заводе-изготовителе. Эти блоки и содержат в себе инженерную инфраструктуру и вычислительное оборудование с предустановленным программным обеспечением.

Модульный ЦОД по отношению к традиционному будет иметь следующие преимущества:

1) сжатые сроки развертывания. Время от доставки модуля до начала эксплуатации составит 1–2 недели, в то время как строительство традиционного ЦОД составит 2–3 года, с учетом проектирования и соответствующих согласований;

2) модульный ЦОД будет требовать меньше денежных вложений. Это связано с тем, что будут отсутствовать самые дорогостоящие этапы – проектирование и строительство. Заказчик сам выбирает для себя по имеющимся параметрам уже готовое решение у производителя;

3) экономия на энергопотреблении ЦОД. Это связано с тем, что модули как готовые решения, являются оптимизированными в этом направлении, с учетом возможностей конструкции;

4) мобильность. Модуль не будет привязан к определенному месту. При переезде предприятия модуль можно забрать с собой. При отсутствии рядом с предприятием подходящих источников энергии модуль можно перенести к более подходящему месту. Модуль можно расположить в месте, где более прохладный климат, что улучшит теплоотвод и сократит

¹ Официальный сайт ОАО НПК «УралВагонЗавод». URL : <http://www.uvz.ru>.

расходы на энергопотребление. Модуль можно расположить хоть под открытым небом хоть внутри помещения;

5) возможность легкой масштабируемости. При необходимости расширения ИТ инфраструктуры достаточно будет докупить блоки с необходимым функционалом, которые запросто вставляются в уже действующее оборудование. При более крупном наращивании мощностей докупается целиком модуль и с такой же легкостью устанавливается, либо рядом с предыдущим, либо в качестве второго этажа. Данный факт позволяет расширяться постепенно, по мере необходимости, в отличие от традиционного ЦОД, где при строительстве закладываются потребности на несколько десятилетий вперед, и часть площадей в начале и середине эксплуатации пустует.

Подводя итоги, хочется сказать, что инсталляция модульного ЦОД позволит сэкономить предприятию множество денежных и временных ресурсов.

М. Р. Рустамян, О. Л. Герлин

Социальная ответственность бизнеса как социокультурный феномен

В последние годы развитие благотворительности в российском обществе становится одним из важнейших приоритетов социальной политики. Проблема формирования института благотворительности резко обостряется в кризисные периоды. На сегодняшний день в благотворительной поддержке нуждаются не только инвалиды, мигранты, безработные, пожилые люди, беженцы, бездомные, но и другие социальные группы, которые не смогли в ценностном, профессиональном и статусно-ролевом отношении адаптироваться к изменившимся реалиям. Поэтому необходимы поиск ресурсов благотворительной деятельности, создание условий, способствующих развитию данного социокультурного феномена [2, с. 1].

Мы живем в эру инноваций, роста свободных рынков и мировой экономики. Под влиянием рынка и общества сильнее возрастает роль и ответственность бизнеса. В связи с этим большинство компаний конкурируют между собой за потребителя. Каждая компания обладает своей концепцией ведения бизнеса, у каждой существуют рычаги и способы продвижения на рынке. Одним из важных показателей добросовестности и успешности компании является благотворительная деятельность [4, с. 34].

Изучением данной проблемы занимались многие ученые. Например, теоретические аспекты понимания термина «благотворительность» отражены в работах авторов С. И. Лазарева, В. А. Бахревского [5, с. 6]. Становление понятия «социальная ответственность бизнеса» отражены в ра-

ботах Е. Б. Бобровой, В. К. Борисова, Г. А. Шишковой. Содержание и структура социальной ответственности бизнеса рассматриваются в работах А. В. Козлова, А. Б. Василенко. Благотворительная деятельность в России регулируется Федеральным законом от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», соответствующим положением Конституции РФ (ст. 39, ч. 1) и Гражданского кодекса РФ [3, с. 12].

Под понятие «благотворительность» сегодня подпадают не только спонсорство, меценатство, социальная ответственность, пожертвования, социальные инвестиции, но и частно-государственное партнерство [1]. Рассмотрим некоторые понятия. Например, благотворительность это оказание безвозмездной помощи. В Толковом словаре С. И. Ожегова благотворительность определяется так: «В буржуазном обществе: оказание частными лицами материальной помощи бедным из милости» [6, с. 56]. Основной чертой благотворительности является добровольный выбор вида, времени и места, а также содержания помощи. Меценатство можно рассматривать как покровительство развитию науки и искусства. Поэтому меценатство отличается от благотворительности более узкой сферой деятельности. Роль мецената состоит в том, что он поддерживает не самого человека, а его талант в развитии культуры, науки, искусства. Благотворительность и меценатство приобрели широкое распространение в бизнес-элите, стали потребностью предпринимателей. Социальная ответственность предусматривает добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Кроме этого, это этический принцип, который должен быть задействован в процессе принятия решения. Примером социальной ответственности бизнеса может служить строительство школ, больниц, ремонт дорог, коммуникации [4, с. 91]. Некоторые руководители компаний добровольно решают принять на себя определенную долю социальной ответственности, и это не случайно. Социально ответственная компания имеет ряд выгод. Во-первых, это укрепление репутации и имиджа. Во-вторых, повышение эффективности ведения бизнеса. В-третьих, повышение инвестиционной привлекательности компании. Таким образом, компания не может отрицать свою ответственность, как перед своими работниками, так и перед обществом в целом.

В России имеется серьезная потребность в развитии благотворительности. В благотворительной деятельности принимают участие 70% всех российских компаний. Каждая вторая крупная компания имеет свой благотворительный бюджет и тратит на благотворительность от 11 до 17% чистой прибыли [7, с. 537].

Приведем примеры участия нижнетагильских компаний в благотворительной деятельности. В рамках благотворительной деятельности пред-

приятие ОАО «НТМК» традиционно оказывает содействие реализации приоритетных национальных проектов в регионе. В Нижнем Тагиле открылся Центр Микрохирургии глаза, построенный при поддержке компании, современный перинатальный центр. Отдельными направлениями благотворительной деятельности ОАО «НТМК» является поддержка образовательных учреждений. Предприятие оказывает помощь 19 школам, а также учреждениям профессионального образования в Москве, Нижнем Тагиле и Нижней Салде. В число адресатов помощи компании в Свердловской области вошли детская больница г. Нижний Тагил, 8 детских домов, социально-реабилитационные центры для несовершеннолетних, независимый фонд содействия развитию физкультуры и спорта, пансионат для ветеранов и инвалидов «Тагильский», музей изобразительных искусств и ряд духовных учреждений региона. ОАО «НТМК» удостоен порядка 30 наград за благотворительную деятельность и реализацию проектов, направленных на решение острых социальных проблем региона. ОАО «Нижнетагильский металлургический комбинат» назван одним из самых активных благотворителей Нижнего Тагила и удостоен Почетной грамоты главы муниципалитета за вклад в социально-экономическое развитие города. В их числе – дипломы победителя всероссийского и областного конкурсов «Предприятие высокой социальной эффективности», грамота Международного благотворительного фонда «Меценаты столетия» и орден Святого Благоверного князя Дмитрия Донского II степени от Патриарха Московского и всея Руси Алексия II.

Приведем пример другого промышленного гиганта. Это ОАО Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод». Благотворительная деятельность компании способствует возрождению высоких нравственных традиций России. ОАО НПК «УВЗ» в прошлом году на благотворительные цели направила более 240 млн р. Помощь была оказана не только организациям и предприятиям, но и адресно. В числе крупнейших – проекты по развитию спортивного клуба «Спутник», детских дошкольных и образовательных учреждений Нижнего Тагила. Большой вклад ОАО НПК «УВЗ» внес в финансирование разработки проектно-сметной документации для Нижнетагильского драматического театра имени Д. Н. Мамина-Сибиряка. Благодаря поддержке ОАО НПК «УВЗ» театр попал в Федеральную программу. В 2014 г. началась масштабная реконструкция. Деятельность ОАО НПК «УВЗ» в системе социального партнерства признана лучшей по итогам конкурса, проведенного Министерством промышленности и торговли, Союзом машиностроителей России и Всероссийским профсоюзом работников оборонной промышленности

Закрытое акционерное общество «Стройкомплекс» создано как организация строительной сферы деятельности, направленная на выполнение различного рода ремонтно-строительных работ и оказания услуг. Предприятие выступает в качестве спонсоров музыкальных и творческих

коллективов самого разного уровня. Компания регулярно финансирует издание просветительской литературы, спонсирует отечественные кинематографические проекты, поддерживает научно-исследовательские общественные программы. За активное участие в благотворительной деятельности города, компания неоднократно награждена почетными грамотами и благодарственными письмами Главы города Нижний Тагил.

Таким образом, в современной России благотворительность приняла «новую» форму благотворительной деятельности – социальную ответственность бизнеса. Продиктовано это политикой государства. Понятия «благотворительность» и «социальная ответственность», могут быть взаимодополняемыми, но не заменяемыми.

Библиографический список

1. *Алексеева Е. Г., Горшкова И. Д.* Фандрайзинг: мотивации потенциальных жертвователей // Благотворительность в России. 2001 : социальные и исторические исследования : сб. статей. СПб. : Лики России, 2001.
2. *Антонович И. В.* Благотворительность как социокультурное явление – социологический анализ : дис. ... канд. социол. наук. М. : РГБ, 2003.
3. *Гражданский кодекс Российской Федерации (части I, II и III).* М. : Изд-во «ЭЛИТ», 2003.
4. *Кононова Т. Б.* Очерки истории благотворительности : учеб. пособие. М. : Дашков и К°, 2005.
5. *Лазарева С. И.* Особенности становления системы благотворительности в России (XIX – начало XX века) // Россия и АТР. 2008. № 3.
6. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка : около 57000 слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. 20-е изд., стереотип. М. : Рус. яз., 1989.
7. *Потапенко М. С.* Благотворительность как экономический феномен / под ред. О. Л. Лейкинда. СПб. : Лики России, 2002.

Д. П. Салошик

Создание бренда города Нижний Тагил как инструмент развития туристических направлений

Несколько лет назад дискуссии о том, что город или регион способны повысить свою капитализацию при помощи инвестиций в бренд, велись только в узких кругах специалистов, которые интересовались работами зарубежных профессионалов. На сегодняшний день работа по созданию определенного бренда для региона или города стало модным веянием для региональной политики в нашей стране. Как утверждают специалисты, использование технологий брендинга положительно влияет на развитие инвестиционной привлекательности территории, рост ее репутационного капитала, а также позволяет привить жителям чувство гордости за свой регион/город.

Отметим, что проработка программы комплексного продвижения бренда и стратегии помогает рациональнее распределить бюджетные

и внебюджетные расходы на различные социо-культурные, информационные и спортивные приоритетные проекты. При таком подходе результаты реализации данных проектов не станут разрозненными, а напротив, объединятся для усиления при формировании позитивного бренда в восприятии целевых аудиторий. Иными словами, город станет привлекательной площадкой для инвесторов, ассоциаций бизнеса, органов федеральной власти и СМИ.

Для анализа понятия «бренд», стоит обратиться к концепции продуктового маркетинга. Здесь под брендом понимают «образ, выделяющий и отличающий определенный товар, его производителя или продавца от конкурентов...» [7, с. 48]. Ф. Котлер представляет бренд как оценочную категорию рыночной деятельности и привлекательности экономического субъекта – фирмы, а брендинг как функциональную составляющую корпоративного менеджмента [4, с. 94]. За всеми брендами (товар или корпорация) стоят экономические ресурсы и коммерческий успех и экономические ресурсы, которые направлены на его капитализацию. Для того чтобы бренд максимально увеличивал прибыли фирмы, необходимо создать дополнительные ценности для потребителя, кроме физической стоимости товара. Ведь потребитель выбирает не только конкретный товар с определенным набором качеств, но и образ, и стиль жизни. Помимо гарантированного качества клиент соотносит себя с определенной социальной группой или общественно-социальной ролью [3, с. 103].

Неверно думать, что в брендировании нуждаются исключительно территории, приоритетным направлением для которых становится развитие туризма. Территориальный бренд – это не логотип и не образ, а нечто большее. Это набор уникальных, сильных и позитивных ассоциаций, которые возникают в сознании потребителей, добавляя ценность конкретной территории, а также сообщая дополнительную стоимость товарам или услугам, которые на ней производятся [10]. Если город не располагает уникальными качествами, брендовать его не стоит. Данный процесс возможен, если территория может предложить нечто уникальное, что можно использовать для стабильного развития некоторых видов хозяйственной деятельности, а также и продвижения их продуктов или услуг на рынках.

Любой регион для развития туризма разрабатывает комплекс разнообразных маркетинговых мероприятий. Наибольшей популярностью из них пользуется территориальный брендинг. Иначе, формирование позитивного отношения к региону и его узнаваемости. «Брендинг территории – это процесс по созданию и управлению брендом, который включает в себя формирование, продвижение, развитие и репозиционирование бренда. В основе брендинга региона лежит использование технологий создания его отличительного образа и формирование к нему отношения конкретной целевой аудитории» [8, с. 165].

Специалисты считают, что брендинг территории – универсальный управленческий инструмент для развития. При помощи брендинга можно значительно повысить конкурентоспособность территории. Это в свою очередь позволит привлечь внешние государственные и частные инвестиции в основные экономические отрасли, развить их секторами и сделать место привлекательнее, благодаря чему, появится приток нового населения, а прежние жители откажутся от переезда в другой город.

Создание бренда для города Нижний Тагил может стать ступенью для развития наиболее динамичной сферы в экономике – туризма, который обеспечит дополнительными средствами муниципальный бюджет, малый бизнес и поможет организациям из сферы культуры и искусства, станет источником создания новых рабочих мест.

Построение бренда туристской территории – сложный креативный процесс. Он состоит из нескольких уровней и базируется на определении места туристской территории на глобальном туристическом рынке. Параллельно проходит выявление основных предпочтений потенциальных потребителей туруслуг. Таким образом, «бренд туристской территории» представляет собой имидж или образ, который существует в сознании потребителя и автоматически воспринимается им. Концепция бренда региона как туристской территории является в данном случае основной творческой идеей, которая построена на символизации основных ресурсов и ценностей региона, которая выражается в графическом, звуковом, смысловом, анимационном и других выражениях [2, с. 34].

Продукция туризма – это тур, который является комплексной услугой. Он объединяет усилия транспортных компаний, гостиничного хозяйства, торговли, экскурсионных, культурно-зрелищных, спортивных, лечебно-оздоровительных и других учреждений [1, с. 62]. Заметим, что сегодня, несмотря на практически одинаковую стоимость, туристические услуги, которые предлагают в России, порядком ниже, чем комплексные туры зарубежных операторов. Возможно, это связано с тем, что доходы от туризма не являются основными, инфраструктура изношена, а условия для развития рынка туруслуг развиты слабо. Путешественникам зачастую сложно найти информацию о достопримечательностях интересующих городов, маршрутах и экскурсиях. Брендинг территории практически не развит, отсутствует конкурентная среда, муниципалитеты не инвестируют в туристическую инфраструктуру [6, с. 120].

Весной 2014 г. в Нижнем Тагиле начал работу Центр развития туризма города. Это муниципальная бюджетная организация, возникшая по инициативе администрации города. Интернет-сайт учреждения (<http://turismnt.ru>) представлен как путеводитель по Нижнему Тагилу.

Основными целями стали:

- продвижение города на внутреннем и внешнем туристских рынках;
- формирование единого информационного туристского пространства;

предоставление туристических информационных услуг;
организация выставок, ярмарок и конгрессов;
организация и проведение массовых и событийных мероприятий [11].

В различных разделах ресурса каждый желающий может найти интересные направления туризма. На наш взгляд, основными и выигрышными для города могут стать следующие виды туризма:

экологический, например, поездки в Висимский государственный биосферный заповедник, сплавы по реке Чусовая;

спортивный (экстремальный, горнолыжный) – горнолыжный комплекс «Гора Белая», проведение спортивных мероприятий на базе горнолыжного комплекса «Аист» на горе Долгая;

познавательный. Благодаря богатому историко-культурному потенциалу города. Музеи города, «Демидовская дача»;

деловой. На время проведения международной выставки «Russia Arms Expo Russia Arms Expo» или Уральского транспортного салона «Магистраль»;

лечебно-оздоровительный (в санаториях «Руш», «Ключики»);

детско-молодежный отдых в оздоровительных лагерях «Звездный», «Антоновский», «Баранчинские огоньки»;

экскурсионные туры;

паломничество.

Уникальным для Нижнего Тагила является развитие направления индустриального туризма. Его задачей стало «исследование различных территорий, зданий и инженерных сооружений производственного или специального назначения. Главной задачей этого направления туризма является возможность получения эстетического и психического удовольствия, а также удовлетворение исследовательского интереса у туристов» [9]. В рамках данного направления можно отнести осмотр завода-музея, карьеров (промышленных выработок), музея «УВЗ».

В городе пока еще малоразвит гастрономический туризм, но первые попытки – организация гастрономического фестиваля «Пельмень Party», уже делаются и в этой области.

На основе вышеперечисленных уникальных возможностей, которыми располагает город, необходимо сформировать бренд города, который объединяя все положительные стороны территории, привлекал бы разные целевые аудитории туристов. Со стороны администрации муниципалитета первые шаги для этого уже делаются. В частности, на базе Центра развития туризма города проводится открытый конкурс идей по разработке туристского бренда Нижнего Тагила. Участники могут поразмышлять в своих работах по нескольким номинациям: лучшая идея для слогана и лучшая идея для логотипа туристского бренда.

Подводя итог, отметим, что основной задачей брендинга туристской территории является выделение, позиционирование и усиление ее силь-

ных сторон, которые в большинстве случаев ложатся в основу формирования туристского бренда. Бренд города как туристской территории выражает основные ценности территории, ее цели, миссию в туризме и основные типы туристических ресурсов [4, с. 78].

Если в Нижнем Тагиле инициатива по созданию бренда станет одним из основных направлений развития города как туристической территории, то это позитивно скажется на развитии направлений туризма, экономике города в целом и его восприятии не только тагильчанами, но и жителями других городов России.

Библиографический список

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб. : Изд. торговый дом «Герда», 2004.
2. Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 6.
3. Козырев В. В. Бренд территории: экономическая и психологическая сущность // Креативная экономика. 2011. № 2(50).
4. Котлер Ф. Основы маркетинга : [пер. с англ.]. М.: Вильямс, 2000.
5. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий. 2-е изд., доп. СПб. : Питер, 2006.
6. Поспеловский Д. В. Роль брендинга территорий в развитии экономики региона // Молодой ученый. 2012. № 7.
7. Уинзор Д. По ту сторону бренда. Ростов н/Д : Феникс, 2005.
8. Шалыгина Н. П., Селоков М. В., Курач Е. В. О роли брендинга в формировании туристской привлекательности региона // Фундаментальные исследования. 2013. № 8(5).
9. Индустриальный туризм и городские исследования. URL : http://tourlib.net/statti_tourism/industrial_tourism.htm.
10. Институт комплексного развития территорий. URL : <http://ikrt.ru/consulting/brending-territoriy.html>
11. Центр развития туризма города Нижний Тагил. URL : <http://turismnt.ru>

А. А. Самохвалова

Мотивация персонала как основополагающий фактор развития фирмы на рынке B2B

Главная цель большинства коммерческих организаций – получение максимально возможной прибыли. Рынок B2B можно охарактеризовать большим количеством конкурентов (практически во всех сферах деятельности), а также труднодоступностью целевой аудитории (директор и лица, принимающие решения о покупке товара). Кроме этого, нередко на совершение сделки влияют имидж фирмы и личное знакомство с представителями компании. Эти трудности и преграды, чаще всего, может преодолеть квалифицированный работник с высоким уровнем профессиональных знаний в определенной области, технологии продаж, психологии людей и коммуникативными навыками. На рынке B2B представителями компании и людьми, приносящими основной доход, являются менеджеры по продажам. Именно от них зависит, какую прибыль получит фирма. По-

этому руководство должно приложить немало усилий для разработки грамотной и эффективной системы мотивации персонала.

Условно мотивацию персонала можно разделить на материальную и нематериальную формы. Для большинства сотрудников фирмы основным мотивом к эффективной работе является величина заработной платы. Но повышение оплаты труда рано или поздно перестанет приносить ожидаемые результаты. Поэтому одной из главных задач кадровой политики является разработка комплекса мер, которые помогут соединить воедино две формы мотивации.

В данной статье предложена система мотивации сотрудников для рынка B2B, разработанная нами на основе изучения классических научных трудов А. Маслоу и Ф. Герцберга. Напомним, что представитель содержательной теории мотивации А. Маслоу представил научному миру пирамиду мотивации, которая в иерархичном порядке описывает физиологические потребности, потребности в безопасности, социальные, потребности в уважении и самовыражении. Ф. Герцберг, разделил стимулирование труда на «гигиенические факторы» и «мотивацию». Эта теория говорит о том, что для эффективной мотивации сотрудника недостаточно просто удовлетворять физические потребности – необходимо стимулировать работу «обогащение» труда за счет нематериальной мотивации.

В психологическом словаре, авторами которого являются А. В. Петровский и М. Г. Ярошевский, дано общее определение мотивации, которое можно охарактеризовать как побуждения, вызывающие активность организма и определяющие ее направленность. Классическое определение мотивации в менеджменте звучит так: мотивация – это процесс побуждения себя и других людей к деятельности для достижения личных целей или целей организации [2, с. 361]. Другое же определение мотивации, которое также не редко можно встретить в литературе – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к определенной деятельности [1]. Автор Ю. И. Ребрин определяет мотивацию как побуждение к деятельности совокупностью различных мотивов [3].

На основе приведенных определений можно охарактеризовать мотивацию персонала как комплекс внешних и внутренних факторов, которые побуждают человека достигать поставленных перед ним целей [5].

Учитывая, что на рынке Business-to-Business требуется персонал с высоким уровнем профессиональных знаний в определенной области, технологии продаж, психологии людей, высоким уровнем мобильности и др., система мотивации должна быть адаптирована под каждого сотрудника.

Мотивация персонала может немного отличаться для мужчин и для женщин. В таблице показаны различия в значимости определенных компонентов мотивационной политики для разных сотрудников (данные взяты из проведенного автором статьи опроса менеджеров по продажам на рынке B2B). В большинстве случаев мотивировать женщину сложнее, чем

противоположный пол. Например, гибкий график работы позволит сотруднику-женщине построить свой рабочий день таким образом, чтобы успеть сделать домашние и семейные дела (отвести или забрать ребенка из детского сада, сходить на собрание, купить продукты и пр.), не отпрашиваясь с работы. В отличие от них, рабочий день мужчины будет продуктивнее, если поставить определенные временные рамки. Комфортный офис также не играет важную роль для сотрудников мужского пола при выборе работы, что не скажешь про женщин – любительниц всего красивого, уютного и удобного. Следующий компонент мотивационной политики, который может вызвать разную значимость у мужчин и женщин – это официальная заработная плата. Сотрудники слабого пола уходят в декретный отпуск, берут больничные при заболевании детей, поэтому чем больше выплаты за нетрудоспособность, тем лучше и перспективнее кажется работа.

Мотивация менеджеров-мужчин и менеджеров-женщин

Мотивация	Сотрудник	
	мужчина	женщина
<i>Нематериальная мотивация</i>		
Гибкий график работ	Нет	Да
Поощрение личных успехов	Да	Да
Благоприятная атмосфера в коллективе	Да	Да
Комфортный офис	Нет	Да
<i>Материальная мотивация</i>		
Оплата бензина и сотовой связи	Да	Да
Обед за счет компании	Да	Да
Официальная заработная плата	Нет	Да
Дополнительные премии	Да	Да

Несмотря на то, что мотивировать сотрудников женского пола бывает сложнее, не стоит забывать, что именно женщины считаются наиболее трудоспособными и ответственными сотрудниками. Поэтому силы, потраченные на стимулирование труда, окупаются результатами их работы.

Автор Боб Нельсон в своей книге «1001 способ мотивировать работника» дает несколько советов руководителям, которые хотят видеть сотрудников «влюбленных» в свою работу [4, с. 192]. Вот основные из них:

произносите слова благодарности при устном или письменном общении с сотрудниками;

попросите совет у своего подчиненного;

здоровайтесь с каждым сотрудником по имени;

умейте не только информировать человека, но и выслушивать его мнение на этот счет.

В данной статье предложена система мотивации сотрудников для рынка B2B, адаптированная для мужчин и женщин, и соединяющая в себе материальную и нематериальную формы мотивации. Данная система по-

может учитывать психологию сотрудников и мотивировать их на более эффективную и продуктивную работу, что, в первую очередь, скажется на развитии компании в сфере Business-to-Business.

Библиографический список

1. *Виханский О. С. Наумов А. И.* Менеджмент. М. : Экономистъ, 2006.
2. *Меском М., Альберт М., Федоури Х.* Основы менеджмента. М. : Дело, 1992.
3. *Ребрин Ю. И.* Управление качеством : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004.
4. *Нельсон Б.* 1001 способ мотивировать работника. М. : Вильямс, 2007.
5. *Крячко К. С.* Эффективная мотивация персонала // Экономическая наука и практика : материалы II Междунар. науч. конф. (Чита, февраль 2013 г.). Чита : Изд-во «Молодой ученый», 2013.

А. О. Сапегина

Научно-техническое и инновационное развитие ОАО «Ростелеком»

«Ростелеком» – одна из российских телекоммуникационных компаний. Полное название – Открытое акционерное общество в междугородной и международной электрической связи «Ростелеком». Компания предоставляет различные услуги: местная и дальняя связь, сотовая связь, интерактивное телевидение. По количеству пользователей широкополосного доступа в Интернет Компания занимает первое место в России [1]. По данным Компании, ее услугами пользуется более 100 млн жителей России [2].

«Ростелеком» является исполнителем различных государственных программ в области информационных технологий: обеспечение телекоммуникаций для избирательного процесса, такие как функционирование ГАС «Выборы» [3], организация системы видеонаблюдения за выборами [4]. Также участвует в создании и развитии инфраструктуры электронного правительства [5; 6]. В России Компания обладает крупнейшей магистральной сетью связи, общая протяженность которой составляет около 500 тыс. км [7; 8].

В развитии ОАО «Ростелеком» инновационная деятельность является приоритетным направлением, регламентированным Программой инновационного развития Компании. Целью Программы выступает обеспечение перехода Компании от позиции инфраструктурного игрока к универсальному оператору связи, а также создание условий для изменения Компании в глобального сервис-провайдера [9]. Программа инновационного развития (далее – Программа) ОАО «Ростелеком» состоит из четырех основных направлений.

1. Освоение новых технологий. Это направление распространяется в области транспортных сетей, сетей доступа, информационно-вычислительной инфраструктуры. Оно должно обеспечить лидерство Компании

и сохранение всей телекоммуникационной и вычислительной инфраструктуры как основное преимущество.

2. Выпуск и внедрение новых продуктов и услуг. Они должны быть сфокусированы на единой системе управления контентом, прикладных сервисах для бизнеса, государственных и конечных пользователей на базе облачных услуг и распределенной вычислительной инфраструктуры. Вместе с этим, они должны обеспечивать переход Компании в бизнес-модели глобального сервис-провайдера.

3. Повышение эффективности бизнес-процессов. Это направление будет осуществлено за счет комплексной автоматизации внутренних операций. Общая оптимизация организационной хозяйственной деятельности должна обеспечить Компании масштабное снижение издержек и повышение конкурентоспособности на мировом рынке.

4. Повышение энергоэффективности и улучшение экологии. Данное направление будет выполнено за счет комплексного перехода Компании на более высокотехнологичное, экологичное, менее энергоемкое оборудование. Такие действия должны обеспечить лидерство Компании в управлении издержками и высокий статус ее социальной ответственности.

Программа рассматривает инновационные мероприятия по каждому из направлений. Ниже приведены некоторые темы научно-исследовательских работ, планируемых к выполнению [10]: исследование и построение целевой архитектуры сети в направлении All-IP; исследование альтернативной передачи сверхбольших объемов трафика в транспортных сетях; развитие технологий «бесшовного» перехода между фиксированными и мобильными сетями, построенными на различных технологиях и их развитие; разработка имитационной модели спутниковой системы широкополосного доступа к информационным сетям; разработка и внедрение системы управления бизнес-процессами; создание интегрированной системы управления контентом, обеспечивая его учет, доставку и управление авторскими правами на контент; исследование и разработка инфраструктуры доступа к вычислительным и интеллектуальным ресурсам; распространение модели предоставления в аренду виртуальной инфраструктуры; исследования в области повышения энергоэффективности телекоммуникационного оборудования; исследования в области электромониторинга экологии сетей связи.

Таким образом, задача структуры, создаваемой в «Ростелекоме» – управление инновациями и организация процесса. Инновационные разработки будут создаваться совместно с ведущими российскими научно-исследовательскими организациями (профильными институтами Российской академии наук (РАН) – НИИР, ЦНИИС, «Гиперсвязь») вузами, ведущими телекоммуникационными компаниями мира, отечественными и зарубежными поставщиками оборудования, малыми и средними инновационными компаниями, технопарками и венчурными фондами. В рам-

ках формирования единой системы управления инновационной деятельностью и НИОКР в «Ростелекоме» создан экспертный совет по инновациям. В самое ближайшее время совет рассмотрит проекты, финансирование которых возьмет на себя «Ростелеком» [11].

Библиографический список

1. *По количеству* пользователей широкополосного доступа в интернет-компания занимает первое место в России. URL : http://www.acm-consulting.com/data-downloads/cat_view/16-broadband.html.
2. *«Ростелеком»* в цифрах и фактах. URL : http://www.rostelecom.ru/about/facts_and_figures.
3. *«Ростелеком»* подготовился к выборам // ТАСС-Телеком. 2011. 2 декабря. URL : <http://itar-tass.com/ekonomika>.
4. *Вебконтроль* : о проекте. URL : <http://2012.rostelecom.ru/about>.
5. *Распоряжение* Правительства РФ от 26 августа 2009 г. № 1231-р. URL : <http://government.consultant.ru/page.aspx?1024678>.
6. *Распоряжение* Правительства РФ от 22 февраля 2012 г. № 238-р. URL : <http://government.consultant.ru/page.aspx?1602687>.
7. *ТОП-10* крупнейших в России магистральных сетей на декабрь 2011 г. // Стандарт. 2011. № 12(107).
8. *Магистральная сеть* связи. URL : <http://www.rostelecom.ru/about/net/magistr>.
9. *Инновации*. URL : <http://www.rostelecom.ru/projects/innovations>.
10. *Паспорт* Программы инновационного развития ОАО «Ростелеком». URL : <http://www.rostelecom.ru/projects/innovations>.
11. *«Ростелеком»* в ритме инноваций. URL : <http://www.elsv.ru/files/actual/228.pdf>.

И. В. Смолкотина

Пути создания корпоративной культуры: аудит, формирование, внедрение

При современном темпе жизни, с его высокими скоростями и неограниченным объемом информации каждая организация стремится к максимизации своей прибыли, росту принадлежащей ей доли рынка и постоянному прогрессу. Для достижения поставленных задач современные организации используют все возможные способы, используя давно забытые и изобретая новые.

Одним из ключевых направлений для укрепления позиций организации является укрепление корпоративного духа организации, укрепление сплоченности в коллективе. Обычно организации используют классические административный подход к управлению персоналом и выстраивают сугубо официальные отношения, где руководитель отдает приказы, а подчиненные их выполняют. Сегодня такая система устаревает, а на замену ей приходит более дружественная и легкая атмосфера на работе, что положительно влияет на коллектив и помогает работать более продуктивно. Но не всегда такую атмосферу удастся создать самостоятельно. В этом случае организации могут прибегнуть к услугам корпоративного аудита,

направленного на исследование устоявшейся структуры общения в организации, формирование и внедрение новой корпоративной структуры [1].

Аудит корпоративной культуры подразумевает под собой глубокий анализ процессов, происходящих в организации, их мотивы и результаты для предприятия. Такой аудит проводят компании при желании изменить свой бизнес – выйти на новые рынки сбыта, возможно расширить торговые сети, сменить руководящие должности и просто приблизиться к желаемым и планируемым целям [3].

Такая задача сложна, и необходимо постепенное внедрение новой идеологии, и формирование у сотрудников нового взгляда на организацию. Необходимо четко понять и сформулировать желаемые направления развития фирмы, определить характер и направление необходимых изменений, в дальнейшем потребуются разработка документов, формулирующих основные идеи и ценности «новой» компании – это могут быть различные регламенты, корпоративные правила, свод ценностей и убеждений.

Но невозможно изменить в одно мгновение привычный уклад видения организации у персонала. Для этой цели необходимо проведение интервью и опросов среди сотрудников с целью выявить существующие характеристики корпоративной культуры, рассмотреть ее сильные и слабые стороны, определить, какие из них являются наиболее эффективными. Кроме того необходимо провести анализ атмосферы среди сотрудников, выявить позитивных лидеров, которые смогут внести новые идеи в коллектив, и негативных лидеров, ориентированных на поддержание собственного статуса и препятствующих развитию организации [2, с. 182].

При определении всех факторов, которые могут повлиять на преобразование корпоративной системы, начинается активное внедрение новых систем и установок, способных в будущем улучшить результаты организации.

После прохождения подобного рода перерождения необходимо соблюдать план действий по совершенствованию структуры, отслеживать изменения от внедрения корпоративной культуры, движения вперед с прекращающимся получением обратной связи.

Таким образом такие грандиозные организации, как «Сбербанк» и «Coca-Cola» добились сплоченности своих сотрудников, их причастности к общему делу. Разработанная в организациях система соответствует ценностям организаций, и в то же время она комфортна для развития профессиональных навыков и реализации амбиций сотрудников [4].

Такой ответственный шаг, как создание сплоченного коллектива, поддерживающего цели организации может увеличить продуктивность работы и увеличить прибыли в разы. Услуги по проведению структурного аудита и созданию корпоративной культуры возрастают в популярности, спрос на них растет и они актуальны для организаций, желающих получать максимум.

Библиографический список

1. *Басенко В. П., Жуков Б. М., Романов А. А.* Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений : учеб. пособие. М., 2012.
2. *Фомичев А. Н.* Исследование систем управления : учеб. пособие. М., 2013.
3. *СПБ Тренинг.* Искусство быть. URL : <http://www.trening-spb.com>.
4. *Стратегия развития Сбербанка до 2018 г.* URL : http://www.sberbank.ru/sverdlovsk/ru/about/today/strategy_2018.

А. Т. Талантбекова

Анализ хозяйственной деятельности ОАО «ОЭЗ ПТ „Титановая Долина“»

Особые экономические зоны – масштабный проект, направленный на развитие регионов путем привлечения прямых российских и иностранных инвестиций в высокотехнологичные отрасли экономики, импортозамещающие производства, судостроение и туризм.

Данная работа представляет собой анализ хозяйственной деятельности ОАО «ОЭЗ ПТ „Титановая Долина“», которое располагается по адресу г. Екатеринбург, ул. Малышева, 51.

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем выше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние.

Следует отметить, что на данный момент ОАО «ОЭЗ „Титановая Долина“» – предприятие на инвестиционной стадии. На этом этапе реализации проекта принимаются стратегически более конкретные решения, носящие необратимый характер и требующие вливания значительно больших финансовых средств. Этап отличается принятием важных проектных решений как с экономической, так и с управленческой точек зрения. Осуществляется заказ оборудования с его последующей приемкой и проведением пусконаладочных работ, ведется разработка проектно-сметной документации, готовятся строительные и производственные площадки, идет набор и переподготовка персонала. Все финансовые затраты, связанные с этими видами работ, впоследствии могут быть отнесены на себестоимость конечной продукции (расходы будущих периодов) или частично капитализированы, как предпроизводственные затраты.

В процессе анализа необходимо изучить состав балансовой прибыли, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный год.

Анализ состава, динамики и выполнения плана прибыли за отчетный год не сможем проделать, так как организация находится на стадии инвестиций, пока не генерирует прибыль.

Исследование активов организации табл. 1.

Таблица 1

Бухгалтерский баланс ОАО «ОЭЗ ПТ „Титановая Долина“»
Актив организации

Пояснения	Наименование	Код	На 31.12.2013 г.	На 31.12.2012 г.	На 31.12.2011 г.
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	49	289	696
	Результаты исследований и разработок	1120	—	—	—
	Нематериальные поисковые активы	1130	—	—	—
	Материальные поисковые активы	1140	—	—	—
	Основные средства	1150	554 225	207 833	114 882
	В том числе:				
	остаточная стоимость основных средств		1 831	195	95
	не завершенные капитальные вложения		429 088	145 258	114 787
	доходные вложения в материальные ценно- сти	1160	—	—	—
	финансовые вложения	1170	—	—	—
	отложенные налоговые активы	1180	18 835	11 288	2 736
	Прочие внеоборотные активы	1190	325	123	169
	В том числе:				
	неисключительные права, программные продукты		325	123	169
	Итого по разделу I	1100	573 434	219 533	118 483
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	656	7	1
	Налог на добавленную стоимость по приоб- ретенным ценностям	1220	2 381	25 141	20 479
	Дебиторская задолженность	1230	77 609	5 429	3 795
	В том числе:				
	авансы выданные поставщикам		1 341	472	2 769
	по налогам и сборам		76 188	1 658	1 026
	прочие дебиторы		65	3 299	—
	покупатели и заказчики		15	—	—
	Финансовые вложения (за исключением де- нежных эквивалентов)	1240	223 000	—	—
	В том числе:				
	деPOSITные вклады		223 000	—	—
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	5 313	180 222	9 681
	В том числе:				
	на расчетном (текущем) счете		2 313	22	81
	на депозитном счете		3 000	180 200	9 600
	Прочие оборотные активы	1260	367	55	46
	В том числе:				
	неисключительные права, программные продукты		367	55	46
	Итого по разделу II	1200	309 326	210 854	34 002
	БАЛАНС	1600	882 760	430 387	152 485

За отчетный период активы организации возросли на 353 901 тыс. р. за счет увеличения объемов основных средств. За отчетный период средства были вложены во внеоборотные активы. Приобретены основные средства: машины и оборудование на 554 205 тыс. р.

Оборотные активы также повысились на 98 472 тыс. р. большая величина в % отношении к общей величине актива приходится на финансовые вложения – 72%. Это и не удивительно, проект находится на стадии инвестирования и строительства, что требует значительных финансовых вложений.

В двух подразделах актива баланса отражается задолженность юридических и физических лиц данному предприятию. Она условно делится на два вида: нормальная и неоправданная. Нормальная дебиторская задолженность возникает не из-за недочетов в хозяйственной деятельности организации, а вследствие применяемых форм расчетов за товары и услуги. Наличие крупной дебиторской задолженности следует рассматривать как фактор, отрицательно влияющий на финансовое положение организации, а рост ее удельного веса в итоге баланса свидетельствует об его ухудшении.

Исследование пассивов организации представлено в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Бухгалтерский баланс ОАО «ОЭЗ ПТ „Титановая Долина“»
Пассив организации

Пояснения	Наименование	Код	На 31.12.2013 г.	На 31.12.2012 г.	На 31.12.2011 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ		951 000	151 000	151 000
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	—	—	—
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	—	—	—
	Переоценка внеоборотных активов	1340	—	—	—
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	—	—	—
	Резервный капитал	1360	—	—	—
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	(79 145)	(46 959)	(11 189)
	Итого по разделу III	1300	871 855	104 041	139 811
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	—	—	—
	Отложенные налоговые обязательства	1420	—	1	—
	Оценочные обязательства	1430	—	—	—
	Прочие обязательства	1450	—	—	—
	Итого по разделу IV	1400	—	1	—

Продолжение табл. 2

Пояснения	Наименование	Код	На 31.12.2013 г.	На 31.12.2012 г.	На 31.12.2011 г.
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510			
5.3	Кредиторская задолженность	1520	8 772	325 248	12 674
	В том числе:				
5.3	Поставщикам и подрядчикам		8 748	1 080	12 673
5.3	По налогам и сборам			691	1
5.3	Взнос в уставный капитал до регистрации			300 000	
5.3	Прочая кредиторская задолженность		24	23 477	
	Доходы будущих периодов	1530			
	Оценочные обязательства	1540	2 133	1 097	
	Прочие обязательства	1550			
	Итого по разделу V	1500	10 905	326 345	12 674
	БАЛАНС	1700	882 760	430 387	152 485

Большая часть всех обязательств приходится на кредиторскую задолженность: 99% – на начало года и 80% – на конец года. Предприятие пока на инвестиционной стадии, вследствие этого прибыль не генерирует. Но наблюдается положительная динамика в разделе пассива: если в начале деятельности кредиторская задолженность составляла около 99% всех обязательств, то к 2013 г. Этот показатель снизился до 80%.

Пассивная часть баланса характеризуется преобладающим превышением заемных средств, которые составили к концу года 68,9%.

Обратив внимание на актив баланса, где произошло увеличение по статьям «сырье и материалы» и «основные средства» можно предположить, что рост кредиторской задолженности объясняется тем фактом, что выросли расходы на приобретение основных средств.

Убыток в 2013 г. составил 32,186 млн р.

Общие выводы по анализу деятельности.

Объем осуществленных инвестиций резидентами ОЭЗ за 2012 г. – около 3 млн р. (85% от Плана развития), нарастающим итогом за весь период функционирования ОЭЗ – около 3 млн р. (85% Плана развития).

За период оценки эффективности, а также с начала функционирования ОЭЗ резиденты ОЭЗ не получали выручки от продаж товаров, продукции, работ, услуг.

Объем средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации и местных бюджетов, направленных на финансирование создания объектов инженерной, транспортной, социальной, инновационной и иной инфраструктуры ОЭЗ за год оценки эффективности составил 105 млн р. (35% от плановых значений), фактический показатель с начала функционирования ОЭЗ составил 228 млн р.

Частные инвестиции в уставный капитал управляющих компаний с целью финансирования создания объектов инженерной, транспортной, социальной, инновационной и иной инфраструктуры ОЭЗ в 2012–2013 гг. не осуществлялись.

Библиографический список

1. *Об особых экономических зонах в Российской Федерации* : федер. закон от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ (ред. от 23 июля 2013 г.) // Собрание законодательства РФ. 2005. № 30. Ч. II. Ст. 3127.
2. *Особые экономические зоны*. URL : <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/> (дата обращения 20.11.2014 г.).
3. *Официальный сайт ОАО «ОЭЗ „Титановая Долина“*. URL : <http://titanium-valley.com> (дата обращения 25.11.2014 г.).
4. *Российские особые экономические зоны*. URL : <http://www.rosez.ru> (дата обращения 07.12.2014 г.).

И. С. Топал

Роль государства в формировании инновационной экономики

Современное государство играет огромную роль в создании и поддержке развития инновационной экономики. Современный этап мировой эволюции связан с процессами глобализации. В результате этого происходит резкое усложнение и усиление взаимосвязей в политической, общественной и экономической сферах жизни. Это все выражается в создании мировых рынков капитала, производства, рабочей силы и торговли. На современное развитие огромное влияние имеет построение и совершенствование глобальных информационных сетей, которые ускоряют информационные обмены в системе.

Важнейшей задачей для современного государства является создание инновационной системы. Россия принимает участие в глобальном инновационном процессе, но по факту в экономике лидирующую роль занимает сырьевая составляющая. Для России инновационное развитие стало национальным приоритетом дальнейшего развития. Субъектная составляющая научно-технической политики государства являются как государственные, так и негосударственные структуры, которые затрагивают как научно-технический, так и инновационный циклы.

Для полного и всеохватывающего развития инновационной сферы страны на государственном уровне была разработана и принята государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика», в которой были определены основные приоритеты и направления государственной политики в сфере экономики и экономического развития. В рамках данной программы государство планирует до 2020 г. обеспечить и поддержать конкурентные возможности Российской Федерации, создать конкурентоспособную экономику знаний и высоких технологий,

обеспечить расширение глобальных конкурентных преимуществ в традиционных отраслях экономики.

Перед государством поставлена задача применения инноваций в ведущий фактор экономического роста во всех сферах экономики, обеспечить плавный и четкий переход к формированию новой технологической инновационной базы социального развития России. Ключевой составляющей в развитии национальной инновационной экономики также является неизбежная модернизация традиционных секторов экономики, включающих нефтегазовую, аграрную, транспортную и сырьевую, обеспечив при этом структурную диверсификацию.

Особое внимание следует уделить развитию инновационных кластеров. Это, прежде всего, подразумевает выделение и создание территориально-производственных кластеров, которые помогут поднять конкурентный потенциал. Создание и поддержка кластеров является гарантированным механизмом для привлечения прямых иностранных инвестиций и позволит интегрировать российские высокотехнологичные кластеры в мировой рынок инновационной продукции. Данный факт позволит поднять уровень национальной технологической базы, повысит скорость экономического роста, и как следствие повысить международную конкурентоспособность предприятий, входящий в перечень кластера.

Также в рамках данной программы необходимо уделить особое внимание развитию человеческого потенциала, так как это можно отнести к основным факторам экономического роста, поддержав инициативы бизнеса по участию и развитию социальной сферы и человеческого капитала. Россия ставит высокие, но реальные цели долгосрочного развития, содержащие в себе обеспечения более высокого уровня благосостояния граждан и укрепления мировой геополитической роли страны как одного из лидеров, определяющих мировое политическое влияние [1]. Главным способом достижения поставленных целей является централизованный переход экономики на инновационную социально-ориентированную модель развития.

Государственное регулирование должно осуществляться исходя из принципов стратегического и тактического управления, а так же сверяться со стратегическими и тактическими потребностями народного хозяйства в продукции, реализующей научно-технические достижения. Одним из направлений этого регулирования являются государственные заказы на исследования, разработки, выпуск стратегически важной продукции для государственных нужд, а также народнохозяйственные потребности в определенных видах и группах товаров, в котором нуждается отрасль.

Государство выступает как аккумулирующее звено национального ресурса знаний. В первую очередь имеет смысл определить объекты и источники знаний, которые смогут сформировать систему национального ресурса. Государство должно обеспечить соответствующую охрану национального интеллектуального ресурса от несанкционированных действий, сохранять це-

лостность базы знаний, от внутренних и внешних воздействий, являющейся общенациональным достоянием [2].

Следует выделить важные функции построения инновационного государства:

государство является гарантом для бизнеса, страхует вложения от непредвиденных рисков, стимулируя активность бизнеса, что позволяет делать инновационную сферу всё более привлекательной для новых инвестиций;

государство является регулятором налоговой системы и может предоставлять льготы для высокотехнологичные предприятия, осуществляющих деятельность в инновационном секторе экономики;

государство предоставляет подрядчиков по выдаче патентов, обеспечивая, тем самым временную форму монопольного владения над знанием, давая возможность развивать технологии с доступных для всех других участников начальных точек отсчета;

государство диктует условия для фундаментальных исследований, которые в будущем могут быть использованы в специализированных отраслях производства инновационной продукции.

Инновационная модель поведения бизнеса должна стать доминирующей в развитии компаний в целях повышения эффективности и занятия лидерских позиций на рынках, а также в технологической модернизации ключевых секторов экономики, определяющих роль и место России в мировой экономике, и в повышении производительности труда во всех секторах. Максимально широкое внедрение в деятельность органов государственного управления современных инновационных технологий обеспечит, в том числе формирование электронного правительства, перевод в электронную форму большинства услуг населению и расширение использования системы государственного заказа для стимулирования инноваций. Государство должно обеспечить формирование благоприятного инновационного климата, включая создание условий и стимулов для инновационной деятельности, а также благоприятных условий для использования инноваций во всех видах деятельности [1].

На этапе создания инновационной системы государству отведена особая роль, необходимо учитывать отечественную ментальность, где государство является главным инициатором изменений. Для успешного функционирования инновационной системы необходим переход от вертикального государственного управления к политике гибкого реагирования.

Библиографический список

1. *Об утверждении Государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика»* : постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 316. URL : <http://www.consultant.ru>.

2. *О Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 года* : распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р. URL : <http://www.consultant.ru>.

Google's corporate culture: efficiency analysis

Nowadays corporate culture is increasingly important for companies to be successful in any business sphere. Having a strong corporate culture allows corporations to attract and retain the most talented and gifted employees.

This article aims to analyze Google's corporate culture as one of the most dominant forces on the Internet and its influence on the company's economic efficiency.

In September 2008, Google's market capitalization figure (stock price multiplied by the number of outstanding company shares) was more than \$145 billion. Google has topped the list of Fortune 100's «Best Companies to Work for» for a grand total of four times.

It could be assumed that the above-mentioned achievements of Google are the result of a strong corporate culture. That is why it would be interesting to look at it in more details in attempt to understand the key factors that allow the company to remain on the top.

Key elements of Google's corporate culture and performance indicators. Google is likely to be the top cited example of corporate culture. In fact, this is the cost of doing business in the market. Google is still run by its founders, which implies that the culture is in their direct control.

The company's mission is «to organize the world's information and make it universally accessible and useful». The company core values involve the desire «to work with great people»; treating innovations as lifeblood; customer and user loyalty; sustainable long-term growth and profitability, as well as aspiration to «improve and change the world».

To start with, there will be analyzed key performance indicators and key financial performance indexes, as well as considered the positions of Google in some of the world's ratings (table 1).

Table 1

Google's key performance indicators, %

Indicators	2012	2013	Q ₁ 2014	Q ₂ 2014	Q ₃ 2014
Google's Websites Y/Y Growth Rate	19	20	21	23	20
Google Network Members' Websites Y/Y Growth Rate	20	5	4	7	9
Total Advertising Revenues Y/Y Growth Rate	20	16	17	19	17
Other Revenues Y/Y Growth Rate	71	111	48	53	50
Total Revenues Y/Y Growth Rate	21	21	19	22	20

The chart above shows that Google has been experiencing growth in all the indicators for the last years, and the total revenues have been growing [1]. That allows to state that the company's performance is strong over years.

According to the Forbes, as of November 2013, Google ranked fifth in the list of the world's most valuable brands. In the rating of the World's Most

Innovative Companies Google was placed at 24th place in 2012 and at 47th in 2013. Google was also rated #52 in the list of the world's biggest public companies (table 2) [4].

Table 2

Google's financial performance indexes

Sales (\$bil) in 2013	Profits (\$bil) in 2013	Assets (\$bil) in 2013	Market value (\$bil) as of April 1, 2014, including all common shares outstanding	Market Cap (\$bil) as of May 2014	Brand value (\$bil) as of April 1, 2014	1-Yr Value Change (%) as of end of 2013	Brand Revenue (\$bil) in 2013	Company Advertising (\$mil) in 2013
59.73	12.2	110.9	382.5	382.47	47.3	26	43.5	772

From the chart above it is seen that the company has reached high results in the period under review. In particular, it has profits of near 111 billion dollars for year 2013 and its value has grown significantly over the last reporting year.

Now let us consider the elements of Google's organizational culture and understand how they affect the company's performance.

The Googleplex. The Google has its own campus – Googleplex – where its workers do their job. The space there is divided into clusters using glass walls. The groups of three to four employees, who work together, sit in the same area that allows grouping people together and concentrating on work without distractions. It favors the teamwork and creativity that are increasingly important when talking about IT-company.

Google's founders do their best to provide their workers with different amenities right in the campus that allows employees to save time that would be needed for going elsewhere for having the same services.

Food is considered to be one of the most often cited perks of work culture at Google. But it is not only about having a free meal. In the cafes, located throughout the campus, employees can gather to have conversations. While talking to each other, they can share their ideas about their work projects and generate the new ones in informal atmosphere, thinking collectively. Moreover, Google's workers can have a bite without discontinuing their work process for a long time by taking something from the snack room to their office. It is very important in an Internet-company, as people here tend to work long hours while having inspiration for doing the new project.

Besides, people need to relax to go back to their work with new energy. Game rooms, swim-in-place swimming pools, gym, volleyball playground and even a baby grand piano allow employees at Google to switch from their businesses to completely different activities, from sit-down work to the ability to move around for a while.

All of these on-site benefits keep the employee workforce in the office more often and give employees enough reasons to stick around that leads to the increase in productivity [2]. Most of the Googleplex facilities and programs continue to attract potential employees.

Google also pays a lot of attention to interaction among its employees and creates the necessary environment to make it comfortable and effective.

Employees' interaction at Google. One of the key elements of Google's business is innovation. The lack of top-down hierarchy creates a more open atmosphere for employees to express their opinions and new ideas in various ways. For example, there are employee engagement surveys that provide opportunities to discuss the decisions made about the company. These data-driven discussions bring the best ideas to light.

Founders Larry and Sergey host weekly meetings, where employees from around the world are encouraged to ask questions they most want answered and then vote on them online. Collaboration and transparency help to develop a positive atmosphere in the office that favors productivity. By encouraging interaction, workers will have greater job satisfaction and may even create the next big Google product.

What is more, Google allows its employees to use up to 20 percent of their work week to work on special projects unrelated to their normal workload. Google claims that many of their products in Google Labs started out as pet projects in the 20 percent time program that explains why it is so important.

Google recognizes that appreciation is the best way to reward employees for their contributions. But as much as Google likes to acknowledge strong performances, the company equally celebrates failure as well [3]. As Larry Page, co-founder of Google said, «I want to run a company where we are moving too quickly and doing too much, not being too cautious and doing too little. If we don't have any of these mistakes, we're just not taking enough risk». Such an approach leads to a fearless office culture, where people are more willing to take risks, that means that they generate more fresh ideas that the company needs to rise to the next level.

Conclusion. As we could see from the article, the company has to innovate a lot, which allows it to be very profitable. Most of its products have very little in the way of competition. The company's infrastructure and technically advanced database are its stable competitive advantages. What is more, Google offers many services to its consumers at no cost, and the competitors cannot offer the same one stop website as Google. This makes customers feel comfortable about using Google products and they are less likely to switch to its competitors.

Behind all of this success are loyal employees who appreciate working for Google. Thus, we can conclude that Google owes its great organizational culture to being one of the top Internet-companies of the world. It could be supposed that Google corporate culture will help maintain high productivity and improve the bottom line of the company whose belief is «Great just isn't good enough».

References

1. URL : <http://investor.google.com/financial/tables.html>.

2. URL : [http:// computer. howstuffworks.com/googleplex.htm](http://computer.howstuffworks.com/googleplex.htm).
3. URL : <http://www.officevibe.com/blog/7-secrets-of-googles-epic-organizational-culture>.
4. URL : <http://www.forbes.com/companies/google>.

А. И. Чечунова

Бизнес и благотворительность

Благотворительность в современном мире играет очень важную роль. Именно этот вид перераспределения общественных благ является на данный момент наиболее высоко моральным и эффективным. К сожалению, в России развитие данного института сильно затруднено по нескольким причинам.

Насколько важна благотворительность для бизнеса? Как она вписывается в бизнес-цели компании и какое влияние имеет на прибыль организаций?

Параллельно существуют две противоположенные позиции по вопросам благотворительности. Поскольку, зачастую, она не связана напрямую с основной экономической деятельностью компании, фирмы предпочитают ориентироваться на получение прибыли. Другая же точка зрения заключается в том, что необходима корпоративная ответственность, что важно жить неотделимо от общества, принося свои блага. Безусловно, ни одна из точек зрения не является исключительной и единственно правильной. Никому еще не удавалось доказать, приводя аргументы «в цифрах», что благотворительность приносит существенно большую прибыль компании, чем сама компания тратит на это.

81% граждан считает, что благотворительность в Российской Федерации по-прежнему развита слабо. Лишь 2% знают о деятельности благотворительных организаций, 21% слышали о таких организациях, но мало знают об их деятельности. 55% российских граждан ничего не знают о деятельности благотворительных организаций и только 2% сталкивались с ней лично [1, с. 164]. Несмотря на все трудности в формировании у российских компаний представления о необходимости «творить добро», на данный момент статистика говорит о том, что почти все крупные предприятия, так или иначе, задействованы в благотворительных акциях. К сожалению, чаще это носит принудительный характер со стороны государства. Еще одна немаловажная проблема нашего института благотворительности заключается в том, что нет долгосрочных и эффективных программ, которые могли бы принести реальную, ощутимую пользу обществу [2]. Зачастую, российские корпорации учувствуют в разовых акциях. Приводя пример, стоит вспомнить, как на новогодние праздники фирмы вкладывают деньги в благотворительные подарки для детей из детских домов, в то время, как дети больше нуждаются в социальной адаптации, получении образования и жилье. Данные вопросы более системы и, без-

условно, более сложны в осуществлении. Именно поэтому, чаще в решении данных вопросов принимает участие лишь государство, без помощи бизнеса.

Вопрос, который зачастую поднимается в бизнес сообществе заключается в том, стоит ли говорить о благотворительности, или же это, скорее, «самопиар». Опять же, нельзя найти однозначный ответ. Опросы бизнес структур показывают, что около 45% готовы к широкому освещению их социальной активности [3]. Безусловно, освещая свою благотворительную деятельность, предприятие может зарекомендовать себя с положительной стороны. Но наше мнение заключается в том, что результаты благотворительности должны выражаться не в прибыльности работы предприятия после подобных акций, а в социальном эффекте, пользе для общества в целом.

К положительным сторонам института благотворительности в Российской Федерации можно отнести довольно развитую социальную деятельность благотворительных и религиозных организаций. К отрицательным моментам – разрыв между ожиданиями граждан и представлениями бизнеса о социальной ответственности, недостаточная активность мелких бизнес структур в данной деятельности, недоверие общества и бизнеса к благотворительным организациям и фондам [2]. Общество чаще готово оказывать помощь разово и адресно, а это не является недостаточно эффективным. И все же, несмотря на все трудности в развитии института помощи нуждающимся, это постепенно становится правилом и в нашей стране. Мы учимся у Запада быть добрее друг к другу, и мы надеемся, что в скором времени будут видны результаты. Постепенно схемы станут более прозрачными, общество будет больше доверять друг другу и благотворительность станет престижным и модным хобби не только для специализированных организаций, но и для крупных бизнес-предприятий.

Библиографический список

1. *Социальная доктрина*. Макет-проект / под общ. ред. С. С. Сулакшина. М. : Научный эксперт, 2010.
2. *Степанова Е. Е.* Благотворительность в сфере культуры: организационный и педагогический аспекты: автореф. дис. ... канд. педагог. наук. СПб., 2006.
3. URL : <http://www.camcomp.com>.

Часть 2

Социокультурные основы подготовки кадров в условиях новой экономики

С. А. Барашева, А. Л. Межецкая

Благотворительность и спонсорство в развитии социально-культурной сферы

Спонсорство и благотворительность – понятия, которые достаточно часто путают. В наши дни благотворительность, как и спонсорство, в большинстве случаев, рассматривается как основная часть маркетинговой деятельности. Среди многообразия PR-инструментов, спонсорство и благотворительность являются едва ли не самыми популярными и успешными [1].

С учетом того, что PR-деятельность в России развивается сравнительно недавно, изучение спонсорства и благотворительности с точки зрения PR-технологий еще не окончено. Сферы деятельности спонсирования постоянно расширяются. Обратной стороной спонсорства является фандрайзинг, а именно – поиск инвестиций для своих проектов, т. е. поиск спонсоров. Изучение этого вида деятельности помогает увидеть спонсорство с другой стороны [1].

В словаре С. И. Ожегова благотворительность определяется так: «В буржуазном обществе: оказание частными лицами материальной помощи бедным из милости». Специалисты в сфере PR спонсорство определяют, как «один из видов предпринимательской деятельности, основная цель которой заключается в действиях на благо как самого спонсора, так и покупателя его помощи».

По мнениям многих специалистов, спонсорство – это комплексное средство маркетинговых коммуникаций. В прежние времена спонсорство (филантропия, меценатство) использовалось монархами и знатью, которые «покровительствовали искусству». В наши дни промышленные круги все чаще оказывают спонсорскую поддержку современному спорту и искусству. Филантропия, по сути, является предшественницей спонсорства, но спонсорство характеризуется более широким покровительством.

Коммерческая выгода спонсорства зависит от вложенных усилий и финансовых ресурсов. Спонсорство финансируется по статьям расходов на рекламу, но в то же время эта деятельность является отдельным элементом маркетинга [1].

Спонсорская деятельность включает в себя обоснование целей спонсирования и результатов вложения средств, составление отчета о расхо-

дах. Спонсорская деятельность подразумевает получение выгоды. Но не всегда эта выгода напрямую выражается в получении финансовой прибыли.

Если воспринимать спонсорство как эффективный PR-инструмент, то его можно рассматривать как плату за рекламу, в таком случае основной целью спонсорства является получение рекламного эффекта. К другим желаемым результатам спонсорской деятельности относят создание привлекательного имиджа фирмы и ее первых лиц в глазах различных групп общественности, выстраивание доверительных отношений с группами влияния, от которых зависит успех дела, содействие в формировании общественного мнения о деятельности фирмы, установление постоянных отношений со СМИ и органами власти.

Эффективность спонсорства настолько значительна, что в наше время компании готовы бороться за право спонсировать выгодные и масштабные проекты. Естественно, что при спонсировании крупных и популярных проектов, рекламный эффект, достигаемый спонсорской деятельностью, намного значительнее, чем при спонсировании мелких проектов [1].

Для того, чтобы спонсорство давало требуемые результаты, разрабатывают специальную технологию, обеспечивающую эффективность спонсорства. Речь идет о Спонсоринг (sponsoring). Спонсоринг подразумевает разработку спонсорского пакета, подбор или организацию мероприятия по запросу потенциального спонсора, проведение и/или контроль рекламной компании спонсора в рамках конкретного мероприятия, подготовку отчетов о спонсорском участии в проекте.

Таким образом, спонсоринг – это технология организации спонсорской деятельности, от выбора мероприятия или события для спонсорства, до ведения и контроля PR, рекламной компании, составления отчетности. Спонсоринг позволяет осуществлять спонсорскую деятельность с учетом интересов спонсора.

Понятия спонсорства и благотворительской деятельности зачастую используются в одном смысле. Благотворительской деятельностью называется добровольная деятельность граждан, юридических лиц по безвозмездной (или на льготных условиях) передаче вторым лицам имущества, денежных средств, оказание иной поддержки.

Закон о благотворительности определяет: «благотворительной является добровольная деятельность, выражающаяся в бескорыстном предоставлении сил и средств и направленная на достижение общественного блага». Благотворительность подразумевает безвозмездную помощь, не преследующую получения каких-либо выгод. Однако, как и спонсорство, благотворительность является замечательной рекламой для предприятий и частных лиц [2].

Основное различие между спонсорством и благотворительностью с точки зрения PR-технологий, заключается в том, что спонсорство – официальный инструмент рекламных компаний, PR. Вклад спонсоров рас-

смачивается как плата за рекламу, а спонсор и спонсируемые – по сути, являются рекламодателями и рекламодателями. По многим учебным изданиям спонсорство является составляющей благотворительности. Можно выделить несколько видов и форм благотворительности. Для начала определим, кто является субъектом и объектом такой деятельности. Субъекты благотворительности: люди, коммерческие, некоммерческие, государственные структуры. Объекты благотворительности: люди, посредники (благотворительные организации).

Прямая благотворительность – это оказание помощи «из рук в руки». Плюсы с точки зрения PR неоспоримы – такой вид благотворительности имеет живой эффект, происходит непосредственное подтверждение доброго дела дарителя. Прямая благотворительность позволяет иметь налоговые льготы, в случае, если юридические лица оказывают помощь второго юридическим лицам (не организациям). К минусам относится бессистемный характер такой благотворительности [2].

Траст – помощь через благотворительные организации, фонды. Такая благотворительность ближе к спонсорству, такой вид благотворительной деятельности доверяется специалистам, но не исключается риск их недобросовестности. Этот вид благотворительности носит более организованный, систематический характер, чем несколько ближе к спонсорству.

Благотворительность, как явление духовное, как движение души, не нуждается ни в какой законодательной подоплеке. Но так как благотворительностью зачастую прикрываются недобросовестные предприниматели, некий контроль над происходящими вложениями следует вести. Государство во все времена поощряло «организационную благотворительность»: шефство предприятий и организаций над детскими домами, больницами, школами, и т. д.

Спонсорство – это целевые субсидии, часть маркетинга и стратегии продвижения товаров и услуг. Спонсорская поддержка оформляется договором, с указаниями взаимных обязательств сторон. Спонсорская поддержка подразумевает конкретные временные ограничения. Благотворительная же помощь в той или иной организации может носить единовременный характер, либо многократные, но не обязательно периодические вложения [1].

С точки же зрения PR-технологий различия между спонсорством и благотворительностью менее значительны. И то, и другое помогает создать привлекательный имидж организации. Коммерческая деятельность в меньшей степени определяет репутацию фирмы, чем ее благотворительная и спонсорская деятельность.

Среди мотиваций спонсорства, да и благотворительной деятельности, с точки зрения PR, основополагающим является создание привлекательного имиджа в связи с участием в реализации социально значимых проектов, демонстрация собственной состоятельности, а значит, и соци-

альной значимости. Спонсорство способно улучшить имидж компании намного эффективнее прямой рекламы. Спонсорская деятельность позволяет создать и поддержать имидж организации. Поэтому спонсорская реклама становится все более популярной.

Наиболее благоприятной сферой спонсирования является спорт, учитывая его взаимовыгодный характер. Если бы спорта не было, его бы придумали спонсоры. Дело в том, что спорт создает исключительные возможности для рекламы. Соревнования широко освещаются в СМИ. Спортивные знаменитости обладают высокой степенью популярности. Причем реклама фирмы, ее имидж оказываются на очень привлекательном фоне молодости силы, здоровья, соперничества и победы. Одежда, обувь, питание, ряд современных технологий – все это в комплексе приводит к тому, что мировой спорт, в том числе и профессиональный, существует и развивается преимущественно именно на спонсорские средства [1].

Сфера культуры имеет исключительные возможности для сотрудничества с деловым миром. Поддержка изобразительного и музыкального искусства, литературы, кино, театров, музеев, библиотек привлекает современный бизнес и помимо социально значимой стороны имеет еще огромные рекламные возможности, которые к тому же формируют репутацию фирмы, давая ей максимальный «выход на общество». Это, как уже отмечалось, и средство прорыва на международные зарубежные рынки с репутацией не просто конкурента, нежелательного субъекта хозяйствования, «чужака», а сторонников сотрудничества, интересующегося культурой данной страны, знакомящего ее граждан со своей культурой, т. е. поддерживающего естественные человеческие ценности и творчество.

В России развитие цивилизованного спонсорства еще в стадии становления. Спонсирующая и спонсируемая стороны пока действуют наугад, отдавая предпочтение прямым личным контактам и личным вкусам руководителей спонсирующих фирм. Очевидно, что это неизбежный, но временный, как уже говорилось, этап. Уже начинает испытываться острая потребность в информационном обеспечении спонсорства, т. е. формировании информационных баз данных для возможных спонсоров, интересующихся, прежде всего возможностями, которые откроет им сотрудничество с тем или иным учреждением, коллективом, исполнителем, их уровнем, репутацией, оценкой авторитетных экспертов и искусствоведов, международным признанием [2].

«Альфа-банк» учредил программу «Линия жизни» для оказания помощи тяжело больным детям. По призыву учредителей программы, поддержанному Российским союзом промышленников и предпринимателей (работодателей), в эту программу включились и многие другие представители делового сообщества, выделившие средства для ее реализации. В программе принимают участие такие компании, как ОАО «Альфа-Банк»; ОАО «ТНК-ВР Менеджмент»; ОАО «Вымпелком»; Сибирская угольная

энергетическая компания (СУЭК); Western Union; ИГ «Ренессанс Капитал». Оперативное управление программой осуществляет российское представительство британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation (CAF Россия). За первый год своего существования благотворительная программа «Линия жизни» оказала помощь на общую сумму около 2 млн долларов более чем 300 детям из разных регионов России в возрасте от 0 до 16 лет, страдавшим опасными для жизни заболеваниями [4].

«РОСБАНК» реализует в сотрудничестве с Детским фондом ООН программу помощи одаренным детям, детям-сиротам, детям-инвалидам, трудным подросткам «Новый день». Управляет программой CAF Россия. Ее цель – поддержка усилий общественных и государственных организаций, использующих искусство и спорт для оказания помощи детям. Общий бюджет этой программы с начала ее реализации уже составил более 815 тыс. долларов США. В рамках Программы завершено пять конкурсов, поддержано 224 социальных проекта в 17 регионах России [4].

Также в качестве примера спонсорства можно привести программу компании «Кока-Кола» в сотрудничестве с Эрмитажем по поддержке образовательной программы «Сказочный Эрмитаж», которая уже проводится более 10 лет. Данная программа предусматривает ознакомление детей возрастом от 4 до 6 лет с творчеством знаменитых мастеров. В рамках данной программы первыми участниками программы были дети приглашенных журналистов и сотрудников компании. Благодаря этому спонсорство решило дополнительную задачу по поощрению сотрудников [3].

Также удачно воплощенный спонсорский проект в жизнь может стать довольно значимым для самой организации. К примеру, в российских автогонках была полоса из пяти чемпионств команды, которую спонсировал «Лукойл». Однако пришло время, когда чемпионство завоевала другая компания, спонсируемая компанией конкурентом. Помимо того, что пятиразовый чемпион был побежден, так эта победа дала дополнительные бонусы компании и в других сферах [3].

Библиографический список

1. *Назаров М. М.* Спонсорство как средство маркетинговой коммуникации // Рекламные технологии. 2013. № 4.
2. *Гавлин М. Л.* Российские предприниматели: духовный облик, меценатство. История предпринимательства в России. Книга вторая. Вторая половина XIX – начало XX века. М.: РОССПЭН, 2000.
3. *Интернет-блог о рекламе.* URL : <http://advsecrets.ru>.
4. *Деловой портал о бизнесе.* URL : <http://b2bis.ru>.

Целесообразность интегрированного обучения

В условия стремительного развития общества наука прочно входит во все сферы жизни современного человека. В дискуссиях по проблемам отечественного образования активно обсуждаются вопросы технологий учебного процесса и организация образованием. Интегрированная форма подачи изучаемого материала может выступить одним из путей мобильности и вариативности содержания образования. Она дает возможность раскрыть способности учащихся, подготовить их к жизни, к каждому студенту найти индивидуальный подход.

Интегрированное обучение целесообразно строить на объединении достаточно близких областей знаний. Так, литература включает, помимо чтения текстов художественного произведения, материалы по истории, естествознанию. Математика содержит геометрический, алгебраический и арифметический материалы.

В основу интегрированных уроков по литературе положена близость ведущих тем разных предметов и их логической взаимосвязи.

Интегрировать предметы надо начинать уже с первого курса обучения, так как чередование этих предметов поддерживает интерес студента к процессу познания и активизирует его коммуникативные способности в новом коллективе.

В качестве интегрированных уроков можно использовать следующие сочетания изучаемых дисциплин:

литература – история: 700-летие со дня рождения Сергия Радонежского («Имя, пережившее века»);

литература – иностранный язык – English – шоу по произведениям Джека Лондона («Сильный духом»);

литература – мировая художественная культура: 200-летие со дня рождения М. Ю. Лермонтова («Лермонтов – поэт и художник»).

Подготовка к интегрированным занятиям неразрывно связана с исследовательской деятельностью. Студенты самостоятельно анализируют материал по предлагаемой тематике, готовятся к дискуссионной работе на занятии.

Опыт проведения таких уроков показал, что учащимся предоставляется возможность быть в позиции творческого субъекта, проявить свой интерес и активность, шире развить познавательные процессы и сферы межличностного общения. Каждый учащийся включен в учебный процесс.

На интегрированных занятиях студенты работают легко и с интересом усваивают обширный по объему материал. Важно и то, что приобретаемые знания и навыки применяются учащимися не только в их практической деятельности в стандартных учебных ситуациях, но и дают выход для проявления творчества, для выявления интеллектуальных способностей.

Создаются благоприятные условия для самовыражения студента, контролируемый дискуссионный процесс способствует формированию крепкого студенческого коллектива. Учащиеся становятся активными участниками учебно-воспитательного процесса.

Систематическое использование интегрированных занятий позволяет формировать у студента способность взаимодействовать с другими людьми, адекватно интерпретируя получаемую информацию, а также правильно ее передавая. Эти навыки очень важны в обществе, когда ежедневно необходимо взаимодействовать со многими людьми.

А. А. Белоусова, Г. В. Давыдова

Подготовка кадров в современных экономических условиях

В последние года значительное внимание государством уделяется проблемам инновационного развития предпринимательства. Говоря об инновационной концепции развития, мы подразумеваем, какие либо новые нестандартные изобретения (продукты или технологии).

ОАО НПК «УралВагонЗавод» является одним из крупнейших флагманов машиностроения нашей страны. На протяжении всей своей истории он славится высочайшим научно-техническим потенциалом, высококвалифицированным персоналом, мощной конструкторской и производственной базой, а также передовыми технологиями в проектировании наукоемких изделий. Своими разработками корпорация внесла огромный вклад в развитие отечественного машиностроения.

Ни для кого не секрет, что «УралВагонЗавод» выпускает не только вагоны, цистерны, трамваи, но и современные технологичные танки. В 1941 г. на базе ОАО НПК «УралВагонЗавод» было организовано танковое производство. Предприятие корпорации «УралВагонЗавод» является градообразующими и составляет одну из основ экономик более десятка регионов страны. Огневая боеспособность, броня, быстрая маневренность, безопасность, легкость – это основные компоненты-составляющие для современных танков.

Но одной из главных проблем предприятия является нехватка высококвалифицированных специалистов, которые готовы проявлять себя с лучшей стороны. ОАО НПК «УралВагонЗавод» активно работает над этой проблемой. В настоящее время общее количество руководящего состава, задействованного в обучении более 300 чел. Инвестиции в персонал в рамках работы с учредителями АНО «Корпоративный Университет УралВагонЗавод» на 2014 г. составят более 15 млн р., до 2016 г. – более 35 млн р. [1].

На предприятии ежегодно реализуется программа по привлечению молодых перспективных специалистов. Проводится подготовка кадров

для организации оборонно-промышленного комплекса. Корпорация тесно сотрудничает со школами и средними общеобразовательными учреждениями города. Организует познавательные экскурсии на завод, различные выставки (Russian Expo Arms).

Примером является кадетская школа МОУ СОШ № 13 г. Нижнего Тагила. Одним из направлений воспитательной работы школы является патриотическое воспитание, т. е. воспитание человека-патриота, гражданина. Во время учебного процесса кадеты проходят строевую и силовую подготовку, играют в спортивные игры, занимаются самбо и шашками [2]. С первого дня каждый кадет знает и руководствуется главным девизом кадетского корпуса «Жизнь – Родине, сердце – даме, честь – никому!» [5]. Активная школьная жизнь кадета позволяет приобрести нравственные, морально-психологические и физические качества, такие как дисциплинированность, инициативность, чувство товарищества, дружбы, упорство, взаимовыручка, мужество, смелость, выносливость, ловкость, сила, воля к победе, доброта, вежливость, самостоятельность, самообладание, а также специальные профессиональные знания, навыки и умения [3; 4]. Которые так необходимы для специалистов.

В рамках целевого набора выпускники школ поступают в Национальный исследовательский технологический университет «Московский Институт Стали и Сплавов», Челябинский государственный аграрный университет Северного Зауралья, Уральский федеральный университет, Уральский государственный университет путей и сообщения, Балтийский государственный технический университет им. Устинова и др.

На научно-практической конференции, которая проходит уже не в первый год, было доложено, что 32 выпускника в 2014 г. на основании постановления Правительства РФ «О государственном плане подготовки научных работников и специалистов для организаций оборонно-промышленного комплекса на 2011–2015 годы» поступят в вузы Корпоративного университета по заказу корпорации [1]. Получив высшее образование по целевому набору, выпускники принимаются на предприятие и в течение года проходят стажировку.

Система профессионального обучения персонала строится на таких принципах как комплексность, планомерность, контроль качества, стандартизация знаний [1].

Библиографический список

1. *Ахметова Р. Р.* Гражданско-патриотическое воспитание на уроках гуманитарного цикла. URL : <http://nsportal.ru>.
2. *Суханова М. В.* Публичный отчет МОУ «Белоярская средняя общеобразовательная школа» 2009/10 учебный год. URL : <http://edu.znate.ru>.
3. *Справка о состоянии работы по военно-патриотическому воспитанию учащихся в МБОУ СОШ № 8.* URL : <http://vbibl.ru>.

4. *Анализ* воспитательной работы за 2009/10 учебный год. URL : <http://lib.conv-docs.org>

5. *Система* профессионального обучения персонала. URL : <http://www.uvz.ru>.

А. А. Бологова

Теоретические и методические основы использования информационных компьютерных технологий в обучении бакалавров

В 2009 г. состоялся официальный переход России на двухуровневую систему высшего образования, о чем свидетельствуют изменения, внесенные в Федеральный закон от 22 августа 1996 г. № 125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании». В настоящее время в Российской Федерации установлены два уровня высшего профессионального образования: бакалавриат и магистратура, или подготовка специалиста. Двухуровневая система открывает новые перспективы для учащихся, и это связано с приведением образовательных программ к европейским стандартам. Тем не менее, в связи со спецификой современного учебного процесса возникает противоречие между высокими требованиями к профессиональной подготовке бакалавров и недостаточностью методологических и технологических подходов, расширяющих возможности для самостоятельной учебно-профессиональной деятельности бакалавров, имеющих прикладную направленность и опирающихся на средства информационно-коммуникационных технологий.

Среди всех аспектов использования информационных компьютерных технологий в обучении существенным является применение имитационных моделей, обеспечивающих погружение обучаемых в условия усвоения практических навыков, максимально приближенные к реальности. Имитационные компьютерные модели предполагают возможность реализации самостоятельной учебно-профессиональной деятельности бакалавров. Самостоятельная учебно-профессиональная деятельность должна быть оптимальным образом организована, поскольку в ходе нее решаются образовательные задачи, причем учебный процесс должен быть построен таким образом, чтобы были достигнуты образовательные цели; т. е. для организации подобного рода обучения должны быть использованы образовательные технологии.

Имитационные компьютерные модели в сфере профессионального образования являются новой, прогрессивной формой организации обучения с широким использованием информационных технологий. При такой форме организации обучения бакалавр и преподаватель могут быть пространственно отдалены друг от друга, но при этом они будут находиться в постоянном взаимодействии, созданном с помощью технических средств,

способствующих успешному усвоению знаний. Обучение бакалавров с использованием дистанционных образовательных технологий сегодня актуально, как никогда, так как позволяет получить необходимый уровень подготовки или переквалификации без отрыва от основной профессиональной деятельности обучаемого.

Психолого-педагогические аспекты применения дистанционных образовательных технологий связаны с:

информационно-методическим обеспечением образовательного процесса и организационного управления образовательным учреждением;

разработкой информационного ресурса образовательного назначения локальных и глобальной сетей;

оценкой качества результатов обучения;

управлением научно-педагогическими исследованиями.

В соответствии с целями применения дистанционных образовательных технологий возможно использование в образовательном процессе следующих моделей преподавания (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Модели преподавания

Модель	Основные цели обучения
Ориентированная на преподавателя	Передача информации, контроль над ходом подачи учебного материала со стороны преподавателя
Ориентированная на учащегося	Интерпретирование информации для формирования новых знаний, организация самостоятельной познавательной деятельности обучаемых
Ориентированная на создание учебных групп	Передача информации, приобретение навыков и умений, формирование критического мышления, создание среды общения, формирование новых знаний как результат коллективной работы

Для перечисленных моделей преподавания в дистанционном обучении характерны следующие виды взаимодействия участников:

1) преподаватель – группа: целью взаимодействия постановка целей и анализ результатов деятельности студентов;

2) преподаватель – студент: координатор руководит действиями отдельного студента, анализирует результаты деятельности, дает рекомендации;

3) студент – преподаватель: осознание обучаемым своей некомпетентности, самостоятельная постановка проблемы;

4) студент – студент: цель взаимодействия – повышение активности обучаемых;

5) группа – группа: постановка, планирование и решение проблемы, формирование собственной точки зрения, интерпретирование информации.

В настоящее время в дистанционном обучении используются традиционные формы обучения: лекции, семинары, консультации, зачеты, эк-

замены, самостоятельная работа, курсовые и дипломные работы и т. д. Специфика применения этих форм проявляется в применении средств информационных технологий (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Соответствие педагогических и коммуникационных технологий

Педагогические технологии	Коммуникационные технологии
Дискуссии	Блог, видеоконференция, чат, форум
Лекция	Аудиолекция, видеолекция, видеоконференция, гипертекст, мультимедиа, презентации, skype
Метод проектов	Блог, веб-квест, википедия, интернет-ресурсы, форум, электронная почта, skype
Мозговой штурм	Видеоконференция, чат, skype
Обучение в сотрудничестве	Блог, чат, форум, электронная почта
Рольевые и деловые игры	Видеоконференция, чат, форум, skype
Ситуационный анализ	Чат, форум

Как показывают научные исследования и образовательная практика обучения с применением дистанционных образовательных технологий, можно выделить следующие проблемы:

методологические – связанные с разработкой новых интеллектуальных методов и средств профессиональной деятельности, развитием мультимедийных технологий и пр.;

психолого-педагогические – связанные с условиями эффективного использования образовательных информационно-коммуникационных технологий;

практического применения дистанционных образовательных технологий – связанные с обоснованием и разработкой новых подходов, приемов обучения и самообразования.

В связи с применением современных информационных технологий в сфере образования происходят следующие существенные изменения в преподавательской деятельности, которые меняют место и роль преподавателя в учебном процессе:

необходимость специальных знаний, умений навыков для разработки учебных курсов;

повышение требований к качеству разрабатываемых учебных материалов;

учет возрастания объема самостоятельности обучаемого в учебном процессе;

необходимость обратной связи преподавателя с каждым обучающимся;

возрастание требований к профессиональной подготовке преподавателя в области основной и смежных учебных дисциплин;

владение техникой и программным обеспечением;

возрастание требований к личностным, общекультурным, коммуникативным качествам преподавателя.

Всех преподавателей целесообразно разделить на две группы: преподаватели-пользователи и преподаватели-разработчики информационных ресурсов: электронных учебных материалов, обучающих систем. Как следствие различается и подготовка выделенных групп. Преподаватели первой группы должны освоить навыки работы с информационно-коммуникационными технологиями. Преподавателям-разработчикам, кроме учебной дисциплины, необходимо знать основы конструирования и программирования.

Можно выделить необходимые предпосылки к готовности преподавателя к работе в информационном образовательном пространстве:

1) *дидактические*:

уметь сформулировать цели темы, занятия и изучаемого предмета;

уметь разработать программу учебной дисциплины, а также знать ее структуру;

уметь реализовать различные виды традиционных и дистанционных занятий;

знать и применять разнообразные формы контроля процесса обучения, в том числе в виде тестов;

владеть технологиями обучения в традиционной образовательной среде;

способность адаптировать традиционные технологии обучения к их использованию в виртуальном образовательном пространстве;

2) *предметные*:

уметь представить каждый раздел предметной области в виде отдельного модуля;

уметь действовать в рамках своего предмета;

организаторские:

владеть технологиями асинхронного обучения;

формировать образовательный маршрут обучения в соответствии с уровнем и качеством исходной подготовки обучаемых как традиционными методами, так и с использованием дистанционных технологий;

уметь изменять длительность и траекторию освоения программы обучаемыми;

обладать навыками сбора, обработки, хранения, интерпретации и организации учебной и диагностической информации;

уметь организовывать информационное погружение в предметную область;

уметь моделировать педагогические процессы собственной деятельности (цели, содержание, формы, методы);

уметь мотивировать обучающихся к использованию современных информационных технологий;

обеспечить эффективность и качество электронного учебного процесса;

научно-познавательные:

владеть основами правового обеспечения учебного процесса;

уметь конструировать новое содержание предмета на вариативной основе;

обладать знаниями в области новейших информационных технологий;

3) *исследовательские*:

уметь находить и использовать электронные (локальные и Интернет) образовательные ресурсы в учебном процессе;

создавать учебно-методическое обеспечение для организации и проведения учебных занятий, в том числе для электронного учебного процесса;

уметь прогнозировать результаты собственной деятельности;

перцептивные:

знать психолого-педагогические, организационные основания проведения занятий с использованием дистанционных образовательных технологий;

владеть технологиями личностного общения;

владеть знаниями риторики;

коммуникативные:

отбирать дидактически обоснованные средства дистанционных образовательных технологий и применять их в учебном процессе;

оказывать учебно-методическую помощь обучаемым на всех этапах освоения образовательной программы;

уметь применять аппаратно-программные средства для проведения электронного учебного процесса.

Смысл использования информационных компьютерных технологий в образовательном процессе заключается в том, чтобы сформировать мотивацию к обучению, в большей степени самостоятельному, проконсультировать, психологически и дидактически поддержать обучаемого, скорректировать направленность обучающей деятельности. В итоге цель преподавания – научить обучающихся думать и действовать творчески и самостоятельно. Преподавателем оценивается не только результат деятельности, но и активность, степень вовлечения обучающегося в ходе обучения.

Задача преподавателя – научить применению процедур информационного поиска, сформировать навыки в области структуризации, классификации, аналитической обработки поступающей из интернет-сети учебной информации. Преподаватель выстраивает оптимальную траекторию обучения с использованием технологии оптимизации поиска учебной информации, чтобы предотвратить длительный самостоятельный поиск.

Повысить продуктивность применения информационных образовательных технологий можно при условии строгого учета психофизиологи-

ческих и психических особенностей обучаемых, оптимизации учебного процесса, наличии в нем системы диагностики, мониторинга и коррекции состояния человека.

Изучение любой дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий обычно происходит в три этапа:

1. Освоение технологий как предмет учебной деятельности. Изучение приемов и навыков работы с ними.
2. Освоение технологий как средства изучения учебной дисциплины.
3. Изучение учебной дисциплины.

Поэтому предполагается, что студент должен обладать следующими умениями и навыками при планировании самообразования с применением дистанционных образовательных технологий:

- составлять индивидуальный план самостоятельной деятельности;
- осуществлять самоконтроль за своей деятельностью;
- уметь ориентироваться в научной и учебной информации;
- анализировать и оценивать новую информацию;
- критическое осмысление и систематизация информации;
- вести поиск информации в зависимости от аспекта изучения темы, в том числе интернет-ресурсы;
- видеть новизну в содержании поступающей информации;
- уметь интерпретировать информацию, получаемую по телекоммуникационным сетям, с целью практического использования. Умения и навыки библиографической работы:
- систематически пользоваться электронными каталогами;
- вести каталог электронных библиотек по специализации;
- вести регистрацию научной, учебной и другой литературы, указывая сайты, порталы и т. п., источники интернет-ресурсов;
- использовать основные программные средства, поисковые системы и каталоги.

Умения и навыки рационального и правильного слушания и записи лекций:

- записывать тему и план лекции;
- выделять основные проблемы, положения и идеи;
- записывать кратко основное содержание;
- записать или скачать презентацию лекции;
- найти и скачать в информационных ресурсах вуза рекомендуемую литературу, видео- или аудио-лекции;
- систематически обрабатывать записи, хранить и использовать их в целях самообразования.

Умения и навыки интеллектуальной работы с электронными информационными ресурсами:

- ознакомиться с ресурсом в целом (автором, содержанием, иллюстрациями, аннотациями);

вычленив логическую структуру ресурса;
уметь целенаправленно находить нужную информацию;
выделить основные положения в форме тезисов;
выделить основные вопросы по теме;
записать кратко основное содержание;
переработать и представить содержимое информационного ресурса в удобной для восприятия форме;
оценивать различные психологические приемы воздействия конкретной информации;
критически осмысливать информацию;
соблюдать авторское право (название работы, фамилия автора, год и место издания, цитирование со ссылкой на страницу сайта или другого источника);
фиксировать дополнительные материалы из других источников.

Реализация дистанционных образовательных технологий призвана обеспечить:

развитие у обучающихся творческого мышления по мере уменьшения доли репродуктивной деятельности (запоминание справочных данных, механическое ведение записей конспектов и пр.);

формирование коммуникативных умений и навыков при выполнении совместных образовательных, научных, технических и иных проектов в учебной группе виртуального типа;

формирование умений и навыков принятия решений в сложных ситуациях, в условиях ограниченного времени, дефицита информации;

развитие умений и навыков исследовательской деятельности при обучении с использованием моделирующих компьютерных программы, виртуальных лабораторий;

формирование умений и навыков обработки информации при использовании различных информационных технологий (текстовых, графических, мультимедийных, сетевых и пр.);

мотивацию обучающихся средствами дистанционных образовательных технологий к самостоятельной учебно-познавательной деятельности.

Таким образом, применение методов и средств информационных технологий в управлении учебной деятельностью должно моделировать не просто общение, а педагогическое общение, при котором создаются оптимальные условия для развития мотивации обучаемых и творческого характера учебной деятельности, обеспечения благоприятного эмоционального климата в ходе учебно-познавательного процесса.

Проектирование образовательного пространства как элемент развития экономики

Стремительность глобальных и региональных процессов ставит нас перед фактом, когда мы не имеем возможности даже с долей вероятности предсказать, в каких условиях предстоит формировать и развивать свою жизнь тем, кто сегодня проходит обучение. Надежды общества от сферы образования, которое ныне обязано стать главным и основным ресурсом развития страны, частично отражены в концепции реформирования образования.

Развитие рынка труда, меняющиеся социально-экономические условия требуют подготовки специалистов, владеющих профессиональными знаниями, обладающих компетенциями, обеспечивающими их конкурентоспособность, социально-профессиональную мобильность, умение быстро переключаться с одного вида деятельности на другой и совмещать различные трудовые функции.

Взаимосвязанные преобразования в экономике и образовании не могут быть эффективно решены без совершенствования и модернизации системы образования.

Подготовка конкурентоспособного выпускника образовательного учреждения, способного к творческому саморазвитию и самореализации, владеющего комплексом компетенций, отвечающих требованиям современного рынка труда, во многом определяется тем образовательным пространством, в котором происходит его профессиональное становление [2, с. 16].

В связи с этим, одной из основных проблем управления образовательным процессом становится создание и обеспечение устойчивого развития образовательного пространства, освоение социокультурной среды, характеризующейся наличием возможности профессионального роста и творческой самореализации будущих специалистов.

Под устойчиво развивающимся образовательным пространством образовательного учреждения следует понимать специально организованную хроотопную среду совместного бытия, непрерывно преобразуемую всеми социокультурными структурами, участвующими в образовательном процессе, в фактор интегративного влияния на процесс обучения, воспитания и развития личности учащегося [1, с. 11].

Основной целью организации такого образовательного пространства является создание условий для максимального развития потенциала преподавательского и ученического составов и обеспечения высокого качества обучения.

Цели и задачи проектной деятельности направлены на совершенствование структуры образовательных систем и их функций.

Процесс образования – это процесс последовательного изменения взаимоотношений между субъектами образовательного пространства. Поэтому предметом проектной деятельности считаются отношения, их изменение, формирование, эволюция [3, с. 23].

На данный момент сфера образования, совокупно отражая все минусы и плюсы социально-экономической ситуации, в которой оказался российский социум, считается сразу и наиболее действенным инструментом совершенствования (либо упадка) такой ситуации.

В современном мире образование становится одним из важнейших причин, обеспечивающих экономический подъем, социальную устойчивость, формирование институтов гражданского общества.

Степень образованности населения, развитость образовательной и научной инфраструктуры становятся незаменимым условием развития и становления общества и экономики, ведущими ресурсами которых выступают новое знание, инновационная деятельность, новые технологии производства. Подъем экономики знаний, или новой экономики, когда производство, распределение, обмен и использование информации гарантируют решающий вклад в экономику, превращает систему образования в одну из наиболее инвестиционно привлекательных сфер. Накопление человеческого капитала создает потенциал стабильного экономического развития страны и увеличения благополучия ее граждан [4, с. 21].

В РФ степень образованности населения считается одним из ее наиболее важных конкурентных преимуществ в мировой экономике. Сохранение и поддержание динамичного становления образовательной сферы должно быть задатком динамичного публичного и финансового развития и становления державы, ее перехода от сырьевой модели финансового взлета к подъему, опирающемуся на создание и формирование передовых секторов экономики, на введение и создание свежих технологий.

Экономические вложения сообщества в образование станут обусловлены в первую очередь эффективностью экономного финансирования сферы образования. За неимением новейших денежных устройств нереально снабдить приток в образование внебюджетных средств. Основным условием инвестирования общества в образование должно стать поднятие его кадрового потенциала, обеспечивающего высокое качество образования и введение инновационных образовательных технологий. Приток в образование молодых перспективных сотрудников вероятен только тогда, когда заработная плата в сфере образования станет конкурентоспособна по отношению к другим отраслям. Инвестиционная привлекательность образования будет напрямую находиться в зависимости от инновационного характера развития образовательной сферы, интеграции научной, образовательной и практической деятельности, включенности образования в национальную инновационную систему.

Невзирая на целый ряд положительных сдвигов, произошедших в системе образования в ходе модернизации и становления образовательного пространства данной сферы, в целом в образовании сберегаются бесчисленные трудности, которые никак не говорят о том, что процесс модернизации сферы образования удовлетворяет сообщество. Более того, эти проблемы и вызовы требуют энергичных и неординарных мер для того, чтобы кризисные явления в развитии системы образования были преодолены.

Среди указанных проблем следует выделить:

- низкую осведомленность работников сферы образования относительно целей и задач модернизации, отсутствие у них мотивации к участию в преобразованиях;

- нерешенность наиболее значимых для педагогического корпуса проблем – вопроса конкурентного уровня заработной платы, пенсионного обеспечения, социального статуса;

- малая общественная роль в проводимых преобразованиях;

- несоответствие имеющихся образовательных стандартов передовым потребностям;

- снижение качества образования при большом охвате молодежи высшим профессиональным образованием;

- отсутствие эффективной системы контроля качества образования, направленной на адекватную и гласную оценку результата работ учебных заведений и педагогов, расширение участия различных социальных и профессиональных групп в развитии образования;

- низкий уровень включенности российского образования в мировое образовательное пространство.

Только социальные условия, хотя бы в определенной мере благоприятные для человека как индивида, а не только как социального существа, могут позитивно влиять на образовательное пространство. Притом что формирование образовательного пространства только с субъектных позиций вряд ли возможно, так как в этом случае оно не будет в должной мере решать задачи государства и общества в целом [2, с. 19].

Большая часть выделенных проблем пересекаются, поэтому их решение обязано носить системный характер и быть взаимоувязано. Нужно отметить основные проблемы, от удачного решения которых будет зависеть вероятность устранения имеющихся недостатков системы образования.

В рамках современной образовательной парадигмы цель образования – всестороннее развитие личности, раскрытие и развитие ее задатков и способностей. Достижению этой цели способствует проектирование образовательного пространства.

Решение задач по проектированию образовательного пространства в соответствие со сложившимися экономическими условиями может быть решено путем «тонкой настройки» системы управления и постепенного ввода в действие управленческих механизмов нового типа.

Библиографический список

1. *Литавор В. С.* Моделирование системы педагогического проектирования универсальных учебных действий студентов в образовательном пространстве // Молодой ученый. 2014. № 9.
2. *Масловская О. В.* Проектирование открытых образовательных пространств в рамках учебного процесса ВГУЭС // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2013. № 2.
3. *Пономарев Р. Е.* Образовательное пространство как основополагающее понятие теории образования // Педагогическое образование и наука. 2013. № 1.
4. *Савенков А.* Образовательная среда: основные теоретические модели образовательной среды // «Первое сентября»: Школьный психолог. 2013. № 8.

Т. В. Глушенкова

Контекстное обучение в новой образовательной парадигме

В педагогической практике конструирование учебного процесса осуществляется либо на основе обучения через информацию, либо на основе обучения через деятельность. Информация приобретает статус знания тогда, когда становится осмысленной, а на ее основе выполняются определенные теоретические или практические действия. Поэтому, если ученик ответил на теоретический вопрос, но не справился с практическим заданием, он владеет информацией, но не знанием. Сегодня основная задача учителя – научить ребенка учиться, а именно, создать условия, где в процессе деятельности формируются знания, а также способность использовать знания на практике. Для реализации данной задачи контекстное обучение становится актуальным и логично ложится в русло новой образовательной парадигмы.

Предложенные А. А. Вербицким обучающие модели имеют следующую последовательность.

Семиотическая модель – превращение информации в знание, основной формой организации деятельности является учебная деятельность. Обучающиеся выступают в роли активного слушателя на проблемных лекциях, проблемных семинарах, а также учащиеся сами выступают в роли транслятора новых знаний. В результате формируется опыт решения проблемных ситуаций.

Имитационная модель предусматривает применение знаний в условиях разыгрывания ролей, в условиях моделирования конкретной учебной ситуации.

Социальная модель предполагает формирование опыта коллективной работы в условиях исследовательской деятельности, проектной деятельности, практических задач. Обучающиеся выступают в роли исследователей, сами конструируют содержание проекта, расширяя и углубляя знания. Часто проделанная работа по своему объему превосходит все ожидания учителя. А достигнутые результаты приводят к формированию

аутентичных, т. е. подлинных знаний, представляют понимаемую учеником ценность для реальной жизни.

В классическом обучении задания лишены того жизненного контекста, который придает социальную значимость и личностный смысл процессу познания, исследования, поиска. Практика показывает, что учащиеся часто не испытывают интереса к предметам, считают изучаемый материал сложным и мало полезным им для практической жизни. Повысить интерес к химии, на наш взгляд, можно усилением прикладного характера содержательной и процессуальной сторон ее обучения (так называемой «химии и жизни»), введением в содержание контекстных задач, которые вписываются во все обучающие модели.

Контекстная задача – это задача мотивационного характера, в условии которой описана конкретная жизненная ситуация, с имеющимся социокультурным опытом учащихся. Их контекст обеспечивает условия для применения и развития знаний при решении проблем, способных возникнуть в реальной жизни.

Для того, чтобы контекстная задача была принята учениками и обеспечила их включение в деятельность, она должна опираться на реально имеющийся у учащихся жизненный опыт, отличаться принципиальной неопределенностью быть нестандартной. Эта ее особенность обеспечивает эффект новизны, вызывает интерес.

Таковыми заданиями необходимо насыщать содержание учебного предмета и использовать их на всех этапах урока:

- при изучении нового материала;
- при закреплении;
- при контроле знаний.

Структура задачи такова: она имеет интересное название, описание двух-трех ситуаций, которые выступают мотивационной формой для деятельности учащихся и заданий, должна быть актуальной, должна быть настоящим живым примером. Наиболее эффективно использовать систему взаимосвязанных ситуационных задач.

Такие задачи активизируют познавательную деятельность школьников, задействуют эмоциональную сферу, жизненный опыт, способствуют включению учащихся в познавательный процесс, лежат в основе исследовательской и проектной деятельности учащихся.

Таким образом, контекстное обучение дает возможности работы с мировоззрением детей, с их самоопределением, а деятельностный подход в контексте реалии жизни способствует самообразованию и самоорганизации, а в контексте будущей профессиональной деятельности способствует самоопределению и построению собственной образовательной траектории. Таким образом, контекстное обучение актуально в современное время и вписывается в новую парадигму образования.

О качестве подготовки кадров в условиях непрерывного профессионального образования

Современный этап социально-экономического развития общества предъявляет повышенные требования к уровню профессиональной подготовки, квалификации и компетентности будущих специалистов, в частности, особую значимость приобретает требование соответствия структуры и качества непрерывного профессионального образования запросам современного рынка труда.

Различные аспекты категории «качество» можно подразделить на две группы, отражающие:

- 1) структурно-содержательный аспект качества объекта;
- 2) качество объекта в аспекте его социальной ценности, востребованности и функциональности.

Структурно-содержательное определение характеризуют качество с точки зрения его компонентов и их взаимосвязей, т. е. качество – совокупность свойств объекта, причем не сумма свойств, а преобразованное целостное свойство, обозначаемое термином интегральное качество. В социальном аспекте качество есть совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности, т. е. мера удовлетворения потребностей. Таким образом, можно считать, что социальный контекст понимания категории качества связан с понятием социальной потребности, соответствия назначению (функции объекта), а также цели и результату человеческой деятельности.

В настоящее время сформировался многосубъектный потребитель и заказчик целей образования, причем каждый отдельный субъект имеет свои представления о качественном профессиональном образовании:

для студента образование качественное, если оно содействует развитию его личности и профессиональной карьере;

для академического сообщества приоритетным показателем качества образования является его культуросообразность;

для работодателя образование качественное, если оно подготавливает компетентного работника;

для общества образование качественное, если оно формирует личность, способную к эффективному социальному жизнетворчеству и т. д.

При рассмотрении качества профессионального образования приходится рассматривать качество различных образовательных объектов:

- 1) образование как социальный институт характеризуется качеством всей образовательной системы, например, национальной, региональной и др.;

2) в любой образовательной системе можно выделить качество образовательного процесса, обеспечивающего непосредственное получение результатов и их качества;

3) качество результатов образования отражает качество интериоризации потребителем всего содержания образовательных услуг как педагогического процесса.

Каждый из перечисленных объектов можно делить на более детализированные, поэлементные объекты.

Отмеченные многосубъектность и многообъектность образования объясняют появление различающихся определений «качества образования». Рассмотрим некоторые из них:

качество образования как социального института в России есть отношение адекватности целям и задачам ее цивилизационного и социально-экономического развития (А. И. Субетто, Н. А. Селезнева);

качество образования – это совокупность свойств образовательного процесса, организованного в той или иной образовательной системе, обуславливающих его приспособленность к реализации социальных целей по формированию личности (В. П. Панасюк);

качество образования есть качества личности, фиксируемые через категории культуры личности, социально-гражданской зрелости, уровня знаний, умений, творческих способностей и мотивированности (В. П. Панасюк).

Первое определение относится к образовательной системе в целом, второе характеризует качество образовательного процесса, а третье отражает качество результата образовательного процесса.

В условиях рыночной экономики повышение качества профессионального образования – это основное направление модернизации образования в России.

Усиление конкуренции на рынке образовательных услуг и на рынке труда приводит к необходимости ориентации на потребителя и повышения качества предоставляемых образовательных услуг. Главное требование потребителей профессионального образования (организации – работодатели, студенты) – эффективное трудоустройство выпускников по окончании учебы в профессиональном образовательном учреждении. Оно определяется соответствием личностных и профессиональных характеристик выпускников требованиям заявок работодателей, качеством полученного образования, а также эффективностью работы самой системы профессионального клиринга (эффективного трудоустройства).

Можно утверждать, что в конкурентоспособности специалиста отражается качество компонентов образовательной системы или образовательного процесса. Следовательно, это качество складывается из следующих компонентов:

качество образовательной (учебной) программы;

качество кадрового и научного потенциалов, задействованных в педагогическом процессе;

качество обучаемых (в том числе на «входе» – качество абитуриентов);

качество средств образовательного процесса (материально-технической, экспериментальной базы; учебно-методического обеспечения; используемых учебных аудиторий; транслируемых знаний и др.);

качество образовательной технологии.

Перечисленную совокупность можно определить как обеспечивающие качества профессионального образования.

Сформулируем следующие положения, уточняющие понятие «качество профессионального образования»:

1) качество профессионального образования означает качество выпускника профессионального образовательного учреждения – будущего специалиста. Качество специалиста – совокупность его профессионально-личностных свойств, соответствующих свойствам, заданными целями образования (аспект свойства); совокупность свойств предстает как единство взаимообуславливающих, взаимовлияющих и взаимодействующих внутренних и внешних свойств личности (аспект внешне-внутренней обусловленности качества); эти свойства как содержание качества специалиста определенным образом структурированы, динамичны, подвержены изменениям и развитию;

2) качество специалиста обеспечивается качеством образовательной системы (процесса), т. е. уровень сформированности и развитости свойств специалиста определяется качеством процессов их формирования и развития (аспект отражения качества процессов в качестве результатов);

3) качество образовательной системы (процесса) определяется качеством частей, элементов, его составляющих (аспект определенности).

В педагогике в последнее время развивается тенденция к более активному использованию категории «качество» для анализа и интерпретации различных явлений, аспектов педагогической деятельности, с исследованием проблем управления образовательными процессами, в частности проектированием педагогических систем управления качеством образовательного процесса.

Менеджмент качества профессионального образования включает выбор целей, создание модели (эталона), определение методов и средств воздействия на управляемый объект, внедрение механизма управления и поддержание развития ПОУ.

Модель управления качеством подготовки будущего специалиста может включать в себя:

качество условий образовательного процесса (качество социального партнерства; качественный уровень студентов; качественный уровень преподавателей; качественный уровень материально-технической базы;

качественный уровень информационной структуры; качество психологического сопровождения; качество научно-методического обеспечения; качество управления);

качество реализации образовательного процесса;

качество результатов образовательного процесса.

Для оценки качества используют системы критериев. Перечень наиболее значимых критериев качества образования с точки зрения образовательных учреждений и с точки зрения потребителей можно выявить на основе маркетинговых исследований. С точки зрения ОУ – это соблюдение государственных образовательных стандартов, совершенствование технологии обучения; с точки зрения потребителей престижное ОУ ассоциируется с высоким качеством обучения по всем образовательным программам, т. е. наиболее важными являются качества психологического порядка. Наиболее важными критериями качества являются: компьютерное обеспечение учебного процесса; обеспечение библиотечным фондом; морально-психологическая атмосфера в ОУ; высокая квалификация преподавателей. Качество образования выступает главным конкурентным преимуществом ОУ наряду с ценой.

Государственное регулирование процесса реформирования образовательной системы осуществляется на основе процедур лицензирования, аттестации и аккредитации ОУ. Процесс аккредитации ОУ в Российской Федерации стал механизмом управления образованием.

Технология аккредитации основана на едином перечне аккредитационных качественных (экспертных) и количественных показателей, определяющих приоритеты государственной образовательной политики.

Одним из ключевых элементов, обеспечивающих эффективное управление системой образования, ее развитие, является оценка качества образования, основывающаяся на достоверных и сопоставимых данных. Неспособность традиционной системы контроля в силу своих организационных и технологических особенностей в новых условиях обеспечить своевременное получение сопоставимой объективной информации, необходимой для принятия управленческих решений, определяет актуальность разработки методик оценки качества образования, отводя одно из приоритетных значений мониторингу качества образования.

В теории социального управления мониторинг рассматривается как механизм контроля за качеством образования. В процессе мониторинга выявляются тенденции в развитии системы образования в целом или отдельного учебного заведения, а также последствия принимаемых решений. Составными элементами мониторинга является сбор и накопление информации, а также ее обработка и обобщение для целей эффективного управления. Мониторинг идет дальше традиционной диагностики благодаря своей регулярности и строгой направленности на решение задач управления. В настоящее время в России ведется достаточно много иссле-

дований в области создания систем оценки качества образования. Например, приняты следующие методики педагогической диагностики и оценки качества образования: методика государственной аккредитации вузов РФ (с 1997 г. выполнены расчеты по 77 количественным и 9 качественным показателям 800 вузов); методика расчета рейтинга вузов России (внедрена с 1990 г., базируется на 44 количественных показателях); балльная методика оценки учебных заведений (с 1998 г. журнал «Карьера» публикует данные о рейтингах государственных и негосударственных вузов).

Все вышеизложенное позволяет констатировать, что в современных условиях хозяйствования качество образовательных услуг и выпускаемых специалистов, предоставляемых системой профессионального образования, является основным фактором, способствующим повышению их конкурентоспособности.

С. И. Голицын, С. В. Голицына

Формирование и развитие региональных систем профессионального образования

Профессиональное образование в понимании его как системы образовательных учреждений, ведущих подготовку кадров, процесса и результата их деятельности в виде работников различного профессионально-образовательного и квалификационного уровня, имеет постоянно возрастающее значение в формировании и развитии всех сторон жизни страны и не меньшее значение в социально-экономическом развитии отдельных ее регионов.

При этом значимость региональных систем профессионального образования проявляется тем полнее, чем более в его деятельности учитываются особенности, специфика региональных условий – природных, экономических, социальных, демографических, этнических – в их взаимосвязи.

Но для выявления общих, наиболее значимых взаимосвязей, взаимозависимостей между региональными условиями, особенностями и масштабами, направленностью, структурой деятельности профессионального образования, прежде всего, необходима достаточно ясная формулировка основных признаков самого понятия регион. В данном контексте необходимо отметить, что уже даже при самом общем понимании региона как некоего территориального образования со всем комплексом его признаков: как естественно-природной и социальной среды жизнеобитания, как среды материального и духовного производства, среды действия соответствующих политических, экономических, социальных, связей нужно исходить из того обстоятельства, что все это характеризует регион как некую систему.

Регион, с позиции территориально-национального образования, понимается как территория, характеризующаяся специфическим комплексом

исторически сформировавшихся образа и условий жизни населения: этническими, национальными и культурными особенностями; способом ведения хозяйства; условиями жизнедеятельности и др. По этому признаку на территории Российской Федерации выделяются все подобного рода образования (республика, автономный округ, автономная область). Более прямолинейный подход преобладает в определении региона с позиции территориально-административного образования, признаком которого является наличие определенного органа управления, осуществляющего функции государственной или муниципальной власти на данной территории (край, область, город). Понятие региона иногда определяется природно-географическими особенностями местностей (Арктический Север, курортная зона Причерноморья и т. д.). Существует понятие региона, в основе которого лежит специализация развития производства на данной территории (например, нефтегазодобывающая провинция Тюменского Севера). Имеются и иные подходы к определению региона, как определенного вида территориального образования.

Приведенные точки зрения на понимание региона заслуживают внимания, поскольку с разных сторон характеризуют возможные подходы к рассмотрению проблемы теоретико-методологического обоснования принципиальных положений регионализации профессионального образования, усиления его значимости в социально-экономическом развитии регионов, повышения его экономической и социальной эффективности.

Но более значимым для нашего исследования является понимание региона с позиций системного подхода, при котором регион выступает в виде комплекса интегрированных характеристик и показателей. Это дает возможность так же системно подойти к разработке методологии обоснования процессов регионализации профессионального образования.

При таком подходе факторами, объективно обуславливающими относительное системное обособление региона, являются общность территории, природных, климатических, национальных, социальных, демографических, экономических, культурных и других особенностей развития и вытекающая отсюда общность целей, задач и места в территориальном разделении труда; общность производственных связей, производственной и социальной инфраструктур, системы расселения, демографических связей, природопользования. Этот набор факторов и определяет направленность регионализации профессионального образования.

При этом важнейшей особенностью регионального воспроизводственного процесса является его относительная экономическая самостоятельность. В целях собственного развития каждый регион должен находить пути совершенствования экономики, обеспечения тем самым нормального осуществления всех фаз воспроизводства на основе комплексного развития регионального хозяйства и совершенствования инфраструктуры, разумного углубления специализации либо межрегиональной кооперации во всех видах экономической деятельности.

Одним из ведущих факторов в региональном комплексе, региональной системе является материальное производство, создающее материальную базу для развития человека, его физического и духовного потенциала, для развития всего регионального социума.

Известно, что одной из основ развития общественного производства является разделение труда. Это в значительной мере определяется углублением специализации материального производства. При этом процессы разделения труда, специализации идут, в том числе, по двум направлениям: отраслевому и территориальному. Сущность второго направления состоит в закреплении значимых видов производства за определенными районами на основе наличия в пределах данной территории природных ресурсов или более благоприятного их сочетания, необходимых трудовых ресурсов, исторически сложившихся методов хозяйствования населения, расположения территории и других факторов, благодаря которым достигается производство того или иного продукта с меньшими затратами, а следовательно, с большей эффективностью.

Направленность производства и развития производственной инфраструктуры во многом определяет состав и структуру совокупной рабочей силы региона, занятой в сфере материального производства, в том числе количественные и качественные показатели кадров специалистов.

Вместе с тем новые реалии жизни российского общества во многом изменили процессы формирования и развития регионов. Все большее значение на уровне постановки приобретает социальный компонент, связанный непосредственно с населением региона, характеризующий направленность социального развития, различные аспекты состояния среды жизнедеятельности, занятости, уровня жизни и т. п. Если исходить из стратегической цели всех преобразований в России – создание условий и возможностей для каждого человека в своем собственном развитии, в самоактуализации, повышении уровня комфортности жизни, то на первое место должны выйти именно критерии, характеризующие состояние этих показателей.

С таких позиций, по мнению В. Н. Лексина и А. Н. Швецова, территориальное развитие – это обеспечение устойчивости, сбалансированности и социальной ориентации функционирования территориальных образований, которое немыслимо без ориентированных на социальные приоритеты системообразующих преобразований: стремления к структурной сбалансированности, создания недостающих звеньев, преодоления деструктивности отдельных элементов, стимулирования внутри- и межрегиональных связей, территории [2; 3].

На базе приведенного положения «территориальное развитие», под которым понимается такой режим функционирования региональной системы, который ориентирован на позитивную динамику параметров уровня и качества жизни населения, обеспеченную устойчивым, сбалансиро-

ванным и взаимонеразрушающим воспроизводством социального, хозяйственного, ресурсного и экологического потенциалов территории.

Важнейший признак территориального развития – устойчивость предполагает достаточную длительность сохранения условий для воспроизводства потенциала территории (его социальной, природной, экологической, хозяйственной и т. п. составляющих) в режиме сбалансированности и социальной ориентации.

То же относится и к требованию «сбалансированности», т. е. особой для каждой региональной системы пропорции ранее указанных составляющих ее потенциала, обеспечивающей устойчивость и социальную ориентацию развития системы. В то же время территориальное развитие не предполагает искусственное поддержание уже имеющихся пропорций; наоборот, часто это развитие возможно лишь при их корректировке.

Но при этом являющийся важнейшим, наиболее очевидным, формально декларируемым признак территориального развития – социальная ориентация, т. е. оценка вектора и количественных параметров региональных ситуаций в отношении качества жизни населения, до сих пор учитывается в недостаточной мере. Уже одно это обстоятельство нарушает системность состояния и развития регионов и подтверждает постоянно о том, что как и любое другое социально-экономическое явление, не может в режиме постоянного саморегулирования осуществляться в форме стихийного процесса, а должно происходить в рамках государственной определенной политики, в том числе и в образовании.

В условиях централизованной экономики деформации в развитии структур регионов, в том числе и в отношении профессионального образования, были обусловлены главным образом преобладанием вертикальных отраслевых систем организации и управления народным хозяйством. Этому в значительной мере способствовала соответственно построенная финансовая система страны. Основная часть доходов, полученных в результате хозяйственной деятельности на территории региона, изымалась в централизованный бюджет и возвращалась обратно уже через механизм отраслевого финансирования целевым назначением для конкретных отраслевых предприятий и организаций включая и финансирование отраслевых вузов, техникумов, ПТУ, готовящих кадры в интересах отрасли (во многом не совпадающих с интересами региона). В самостоятельном распоряжении местных органов управления на уровне регионов, областей и городов оставались настолько минимальные средства, что их не хватало даже на самые необходимые расходы по поддержанию деятельности наиболее важных объектов жизнеобеспечения населения, не говоря об образовательных структурах.

Впрочем, подобное положение с финансовым обеспечением профессионального образования в целях регионального развития во многом со-

храняется и сейчас. Высказанные положения особо важно учитывать в аспекте усиления роли и федеральных, и местных источников, с постоянным возрастанием значимости последних, финансирования профессионального образования в аспекте его роли в развитии регионов.

Все изложенные выше определения регионов как сложных систем с динамичным соотношением образующих их элементов, с особым значением их социального компонента дают достаточно надежную базу для осмысления места в этой нише профессионального образования, которое именно в силу своих особенностей проникать «вглубь» региональных структур, региональных процессов может и должно выступать в качестве активного регионообразующего элемента, равным образом воздействующего и на отдельные компоненты экономики региона, и на позитивную динамику развития его интегральных параметров в виде уровня и качества жизни населения.

В целом речь должна идти о целенаправленном развитии сущностной региональной функции образования, и именно о таком его построении, при котором роль профессионального образования целенаправленно трансформируется от обеспечивающей, носящей вторичный по отношению к производственным элементам региональной структуры характер, к действительно системообразующей, активно формирующей сами эти элементы и региональный комплекс в целом.

В этой связи, можно сказать, что полнота воздействия профессионального образования на развитие региона, с одной стороны, зависит от полноты соответствия его отдельных функциональных проявлений, аспектов деятельности, позитивной специфике и тенденциям развития отдельных элементов региональной системы конкретных регионов, а с другой стороны, ведет к повышению уровня устойчивости, сбалансированности и социальной ориентации жизни региона.

В силу своей значимости профессиональное образование в принципе является существенным, активным, системообразующим элементом сложной территориальной социально-экономической системы, определяемой понятием «регион».

При таком подходе профессиональное образование может рассматриваться в качестве так называемой суперинструментальной системы, обеспечивающей достижение целей не специфично образовательных, а именно целей, связанных с развитием региональных комплексов в целом. В данном контексте можно говорить о развитии профессионального образования как средства организации развития региона, хотя это, казалось бы, и не является прямой функцией системы образования. Такая постановка задачи предполагает целенаправленную консолидацию деятельности учреждений профессионального образования в рамках выдвигаемых социально-экономических и социально-культурных проектов и про-

грамм развития региона и создание на этой базе региональных систем профессионального образования именно как систем со всеми их признаками, как подсистем общей системы региона.

Еще раз обратим внимание на тот факт, что речь идет не только о статусе образования как фактора, обеспечивающего функционирование комплекса других элементов региональных систем, а о статусе его как фактора, определяющего развитие позитивных тенденций в условиях достаточной разнонаправленности действия процессов, их формирующих. Выступая объективной потребностью социального и научно-технического развития, образование закономерно становится фактором развития региона.

В конкретном виде региональная специфика образования, по мнению Л. Андрюхиной и Ю. Вишневого (на примере Уральского региона), проявляется в следующем [1]:

в историческом, культурном, национальном, географо-демографическом, этническом, природно-экологическом своеобразии Уральского региона; переходе к гражданскому обществу и рыночной экономике (поиск регионом новых ролей в экономической и гражданской жизни страны и выход на международный рынок); становлении новых социально-культурных приоритетов, динамике современной жизни; интенсивности событийного фона и необходимости ускорения социальной адаптации к новым условиям; потребности в региональной и федеральной самоидентификации общества, в обретении исторической памяти, реконструкции исторических оснований развития; снижении миграционных процессов; возрастании региональных и традиционалистических установок сознания и т. д.;

в формировании, проявлении и развитии образовательных запросов в тех или иных образовательных услугах; образовательном, научном, управленческом потенциале региона как основании для разработки и внедрения перспективных региональных образовательных программ и стратегий;

в складывающемся едином менталитете населения региона как основании для самоидентификации в сфере образовательных потребностей;

в активном развитии межрегиональных, межгосударственных и международных отношений как одном из условий определения региональных приоритетов и стратегии в области образования.

Специфические особенности построения региональной деятельности профессионального образования дают основания рассмотрения его как сложной системы, основными свойствами которой являются следующие компоненты:

данная система целостна, в значительной мере автономна и имеет границы, отделяющие от внешней образовательной среды;

система состоит из нескольких частей – подсистем (расчлененных компонентов и элементов, например, различных типов учебных заведе-

нии; и нерасчлененных компонентов, например, образовательных зон региона, адекватных экономическому районированию);

система для обеспечения своей деятельности получает в значительной мере рентабельные ресурсы: финансовые, материальные, управленческие и педагогические кадры;

данную систему можно рассматривать как сложную, иерархическую систему управления, каждый уровень которой (например, вузы, техникумы, колледжи, профессиональные школы; образовательные зоны экономических районов региона; органы управления) состоит из нескольких элементов, имеющих собственные цели.

Проектирование столь сложной многоуровневой системы, как региональная система профессионального образования, должно включать в себя координацию целей, управляющих воздействий и действий всех элементов системы управления, в режиме взаимной субординации направлений и темпов этих действий.

Таким образом, говоря о сущности региональных систем профессионального образования, можно сделать вывод, что таковыми они являются при наличии следующих тенденций развития:

1) уровня функционирования образовательной системы, достаточного для удовлетворения профессионально-образовательных потребностей населения и экономики в режиме дифференциации образования с учетом местных условий;

2) способности образовательной системы отражать в своей деятельности специфику местных профессионально-образовательных потребностей в многомерном социально-педагогическом и экономическом пространстве;

3) субъекта управления профессиональным образованием, представляющего собой центр регионального образовательного пространства.

Социально-экономическое окружение формирует заказ образовательной системе, которая, в свою очередь, развивает это окружение, способствуя экономическим преобразованиям, создавая возможности свободного развития субъектов региона. Создавая путем подготовки кадров экономические предпосылки социальных преобразований, система образования выступает в роли основного формирующего компонента социальной среды.

В связи с изложенным, можно еще раз сказать, что сущность регионализации профессионального образования состоит в последовательной ориентации деятельности разнофункциональных учебных заведений на потребности региона, в возрастании их роли в социально-экономическом комплексе региона.

Регионализация образования – это двуединый процесс взаимопроникновения интересов образования и региона, формирования у профессионального образования характерных черт региона и обретения регионом

своей системы данного вида образования; это превращение образования в мощный фактор социально-культурного развития регионов, а регионов, в свою очередь, – в не менее мощный фактор развития образования.

Библиографический список

1. Андрюхина Л., Вишневский Ю. Региональный компонент образования: от унификации к разнообразию // Народное образование. 1995. № 10.
2. Лексин В. Н., Швецов А. Н. Государство и регионы. М. : УРСС, 2000.
3. Лексин В. Н., Швецов А. Н. Программные методы регулирования территориального развития // Российский экономический журнал. 1996. № 2.
4. Мусеев Н. Н. Универсум. Информация. Общество. М. : Устойчивый мир, 2001.

А. Ю. Голошумов

Инновации в системе дистанционного образования

Социальное становление личности в процессе профессиональной подготовки происходит сегодня в условиях глобальной информатизации, под мощным воздействием средств информационно-коммуникационных технологий, которые активно используются в системе дистанционного образования. Это означает, что чем выше требования к качеству дистанционного образования, тем выше должны быть требования к используемым в нем информационным ресурсам и системам.

Одной из баз структурированной информации в системе дистанционного обучения, доступной пользователям через интерфейс веб-сайта, выступает информационный портал. Эффективность процесса использования информационных порталов в дистанционном образовании обеспечивается комплексом условий, включающих в себя: выявление типологии информационных порталов, исследование и анализ их потенциала; проектирование структуры и содержания порталов с учетом требований современного образовательного процесса; внедрение в учебно-воспитательный процесс герменевтической технологии познания контента – информационного наполнения портала; разработку критериального аппарата для оценки качества реализуемых в образовательном процессе информационных порталов; создание структурно-функциональной модели оптимизации потенциала информационных порталов; организацию информационной образовательной среды на моно-, интер- и транскультурных уровнях, обеспечивающих становление ценностного отношения к информации, подготовку личности к деятельности в условиях современного информационного пространства.

Остановимся на содержании выявленных условий. Первое условие связано с определением потенциала различных типов информационных порталов, которые используются сегодня в современном образовательном процессе, а именно, порталов, предназначенных для дистанционного и очного обучения; порталов консультативного назначения, виртуальных

методических объединений, посвященных различному роду исследовательской деятельности; порталов соревновательных и информационных Интернет-проектов; порталов справочного характера, образовательной тематики; порталов для распространения культурной и образовательной информации.

Рассматривая сущностную характеристику понятия «потенциал» как источник, возможность, средство, запас, то, что может быть приведено в действие, использовано для достижения определенной цели, решения какой-либо задачи, мы определяем следующие составляющие педагогического потенциала используемых в дистанционной образовательной практике информационных порталов – это многофункциональность и доступность материала; учет индивидуальных потребностей и возможностей пользователей; отражение ценностных установок окружающего социума; соответствие специфике восприятия различных возрастных групп пользователей, донесение до всех групп пользователей актуальной информации в удобном виде; многообразие видов, форм и технологий предоставления информации, что дает возможность многоаспектно решать поставленные задачи. Реализация потенциала информационных порталов в образовательной системе позволит обеспечить обучаемых не только информационным банком знаний, умениями самостоятельно исследовать и использовать информацию, но и погрузить будущего специалиста в систему ценностных ориентаций, создать реальную основу для вхождения личности в информационное пространство как самоценное явление, определяющее ценностно-смысловые установки человека в формирующейся новой экономике.

Второе условие связано с проектированием структуры информационных порталов с учетом модернизации современного образовательного процесса, внедрения дистанционных образовательных технологий. Реализация данного условия осуществляется следующими действиями: проектирование и создание базы данных, разработка модуля управления, организация динамической взаимосвязи модуля управления и базы данных, установка модуля управления и базы данных на сервер с возможностью последующей привязки пользовательского интерфейса и функциональных компонентов и модулей. Структура информационного портала дистанционного обучения может включать в себя систему различных модулей в зависимости от поставленной образовательной задачи.

Многоаспектность сервисов информационных порталов актуализировало значимость интерпретации и понимания обучаемыми смысла и ценностей представленной на портале информации. С целью формирования ценностно-смысловых аспектов информационной деятельности третьим условием выступает разработка и внедрение в образовательный процесс герменевтической технологии познания контента – информационного наполнения портала. Востребованность данной технологии было обусловлено внутренними тенденциями образовательной системы с ее нарастаю-

щим вниманием к индивидуальным, всегда уникальным и неповторимым проявлениям человеческой субъективности в условиях информационного пространства, на значимость смыслообразования и смылосозидания в процессе анализа и оценки информационных объектов. Технологическим механизмом в системе герменевтической интерпретации представленной информации на портале выступала взаимосвязь и взаимообусловленность следующих действий: на первом этапе – погружение обучаемых в ценности информационного пространства порталов; второй этап – поиск, анализ, осмысление и понимание универсальных общекультурных смыслов информации; третий этап – интерпретация и рефлексивная оценка индивидуального информационного опыта деятельности.

Четвертое условие связано с разработкой критериального аппарата для оценки качества реализуемых в образовательном процессе информационных порталов. С учетом исследований До Хуанг Куанга [1] и Т. М. Яшиной [2] основными критериями для оценки качества информационных порталов нами были определены следующие: функциональность, содержательность, технологичность и интерактивность, где функциональность информационного портала мы рассматриваем как многообразие сервисов, видов, форм и технологий предоставления информации для достижения образовательной задачи; содержательность – уровень отражения ценностных установок окружающего социума; технологичность – выбор компонент, интегрирование технологий, программных продуктов и технических средств для донесения до всех групп пользователей информации в доступном виде с учетом их индивидуальных потребностей и возможностей; интерактивность – возможность организации интерактивного взаимодействия с пользователями на разных уровнях доступа.

Создание структурно-функциональной модели оптимизации педагогического потенциала информационных порталов является следующим условием. Структура модели заключается в совокупности и взаимообусловленности проблемно-постановочного, теоретико-методологического, организационно-исполнительного и оценочно-результативного компонентов, позволяет управлять образовательным процессом в вузе, направлена на построение индивидуальных траекторий ценностно-смыслового развития личностных качеств студентов, обеспечивает эффективность и перспективность его информационной деятельности в условиях социальной и экономической нестабильности. Содержательной особенностью данной модели является направленность ее на формирование информационной компетентности личности, их ценностного самоопределения в окружающем информационном пространстве, формирование готовности к полноценному функционированию в условиях новой экономики на основе ценностно-смысловых установок.

Организация в образовательном процессе информационной среды на моно-, интер- и транскультурных уровнях, отражающих аналитический, ме-

тодический и рефлексивный компоненты процесса информатизации образования, выступает заключительным в комплексе педагогических условий.

На моноуровне информационной образовательной среды формируется установка по ценностному отношению к информации. Интеруровень связан с освоением форм и методов самостоятельной работы с информацией, с развитием умений и навыков ставить конкретные профессиональные цели и задачи в процессе работы с информацией на портале. На транскультурном уровне у будущих специалистов формируются способности приводить в соответствие с установками и потребностями общества уровень своих социальных и профессиональных качеств, определять формы и методы целевого взаимодействия всех субъектов информационно-образовательной деятельности в условиях рыночной экономики.

Реализация рассмотренного комплекса педагогических условий использования информационных порталов в системе дистанционного образования позволит раскрыть ценности окружающего информационного социума, заложить основы ценностно-смыслового отношения к информации, активизировать развитие и обогащение информационного опыта личности на основе общечеловеческих ценностных ориентаций.

Библиографический список

1. *До Хуанг Каунг*. Оценка качества программных продуктов // Региональная информатика : материалы IX Междунар. конф. СПб., 2008.
2. *Яшина Т. С.* Оценка качества образовательных веб-сайтов как фактор развития единого информационного образовательного пространства : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Елец, 2005.

Г. С. Голошумова

Культура и образование в условиях информатизации социума

Современный уровень развития общества характеризуется глобальной информатизацией всех сторон его развития. Информатизация общества – это глобальный социальный процесс, особенность которого состоит в том, что доминирующими видами деятельности в сфере общественного производства являются сбор, накопление, продуцирование, обработка, хранение, передача и использование информации, осуществляемые на основе современных средств вычислительной техники, а также на базе разнообразных средств информационного обмена. Информатизация социума обеспечивает:

активное использование постоянно расширяющегося интеллектуального потенциала, сконцентрированного в печатном фонде, в научной, производственной и других видах деятельности его членов;

интеграцию информационных технологий с научными, производственными процессами, инициирующее развитие всех сфер общественно-го производства, интеллектуализацию трудовой деятельности;

высокий уровень информационного обслуживания, доступность любого члена общества к источникам достоверной информации, визуализацию представляемой информации, существенность используемых данных.

Информатизация образования, являясь составной частью глобального процесса информатизации социума, определяет актуальность исследования проблем развития и использования в современном обществе информационных и телекоммуникационных технологий, которые открывают принципиально новые дидактические возможности как в системе интерактивного обучения, так и в профессиональной подготовке специалистов в условиях «открытого образования».

Информатизация образования включает в себя следующие основные моменты:

становление учебных дисциплин, обеспечивающих общеобразовательную и профессиональную подготовку будущих специалистов;

расширение использования средств информатизации, которые становятся нормой во всех областях человеческой деятельности;

глубокое влияние на цели обучения в связи с реструктурированием знаний, представлений о модели образования, необходимой каждому.

С началом крупномасштабной компьютеризации образования, начиная с 1970-х годов, выполнены различные теоретические и практические исследования психолого-педагогических проблем информатизации образования, заложившие методологические основы использования информационных технологий в учебном процессе. Среди них работы Б. С. Гершунского, Л. И. Долинера, И. Г. Захаровой, В. В. Лаптева, Е. С. Полат, И. В. Роберт, А. Н. Тихонова, Е. Э. Удовик и др.

В результате этих исследований были определены следующие основные направления внедрения новых информационных технологий в образование: средства обучения; инструмент познания; средства развития личности; объект изучения; средства информационно-методического обеспечения и управления учебно-воспитательным процессом; средства коммуникаций; автоматизации процессов контроля, коррекции результатов учебной деятельности; средства автоматизации процессов обработки результатов эксперимента; средства развивающего досуга.

В частности, была проведена классификация программного обеспечения для учебных целей.

1. Компьютерный учебник (программно-педагогический комплекс, обеспечивающий возможность самостоятельно освоить учебный курс или его большой раздел, объединяющий в себе свойство обычного учебника, справочника, задачника, лабораторного практикума).

2. Предметно-ориентированные среды (микроміры, моделирующие, имитационные и демонстрационные программы) – учебные пакеты программ, позволяющие оперировать с объектами определенного класса. Среда реализует отношения между объектами, операции над объектами

и отношениями, соответствующие их определению, а также обеспечивает наглядное представление объектов, их свойств.

3. Лабораторный практикум – программные средства для проведения наблюдений над объектами, их взаимосвязями или некоторыми их свойствами, для обработки результатов наблюдений, их численного и графического представления и для исследования различных аспектов использования этих объектов на практике.

4. Программы-тренажеры. Они предназначены для отработки и закрепления технических навыков решения задач. Обеспечивают получение информации по теории и приемам решения задач, тренировку на различных уровнях самостоятельности, контроль и самоконтроль, представляют вспомогательные средства (калькулятор, «записная книжка»), как правило включают режимы: теория, демонстрация примеров, работа с репетитором, самостоятельная работа, самоконтроль.

5. Контролирующие программы – программные средства, предназначенные для проверки (оценки) качества знаний.

6. Справочники, учебные базы данных – предназначены для хранения и предъявления учащимся разнообразной учебной информации справочного содержания. Для учебных баз данных характерны иерархическая организация материала и быстрый поиск информации по различным признакам или контексту. Электронные энциклопедии должны содержать дерево знаний, соответствующее существующему научному уровню, в наличии должны быть электронные карты, статьи с иллюстрациями, аудио- и видеокomentarиями, хронологическую линию, закладки, иметь интуитивно понятный пользовательский интерфейс.

7. Информационные среды – это система средств общения с человеческим знанием и служащая:

для хранения, структурирования и представления информации, составляющей содержание накопленного знания;

для ее передачи, переработки, обогащения.

Характерный признак обучения с использованием информационной среды заключается в том, что деятельность обучающегося происходит в рамках некоторой инструментальной среды. В процессе построения информационной среды целесообразно опираться на следующие положения:

1) для любого знания можно подобрать известные учащемуся аналог, образ, модель, адекватно отражающие это знание;

2) любое знание можно представить системой действий с идеальными объектами;

3) для каждого знания можно создать такой инструмент, что организованная деятельность с ним будет адекватна исходному знанию;

4) любое знание можно представить его связями с другими знаниями;

5) любое знание можно свести к совокупности зрительных образов так, что механизмы зрительного мышления обеспечат овладение этим знанием;

6) для любого знания можно разработать такую систему задач, что она инициирует интеллектуальную деятельность ученика, направленную на овладение знанием;

7) любое знание можно адекватно представить в словесной форме.

Крупный шаг в создании сетевой информационной среды был сделан в 1993–1995 гг. в рамках проекта «Создание национальной академической системы баз данных и баз знаний высшей школы России». В процессе выполнения проекта, а впоследствии на примере его результатов более 70 университетов России создали www-серверы, включающие общую информацию об университете, руководстве, кадрах, факультетах, кафедрах, лабораториях, специальностях, научных направлениях и других. Проведенное в 1996–1997 гг. анкетирование учреждений образования и науки Минобразования России показало, что в этих организациях накоплены значительные и разнообразные информационные ресурсы (базы данных и знаний, электронные учебники и журналы, экспертные системы, практикумы, тренажеры и др.), которые широко используются в различных аспектах учебной и научной деятельности учреждений образования и науки.

В контексте исследования необходимо заметить, что процессы информатизации общества и образования находятся в самой тесной связи с экономическими реформами. При современном уровне развития общества знания становятся капиталом и основным ресурсом экономики. В условиях рыночной экономики понятия «массовая специальность», «массовая профессия» постепенно отмирают и на смену «конвейерному производству» рабочих и специалистов с узкой профессиональной подготовкой приходит индивидуальное профессиональное образование.

Современное образование предполагает его ориентацию на изучение основных законов природы и общества, а также назначения самого человека. К основному способу его достижения следует отнести обеспечение приоритетности информационных компонент в перспективной системе образования людей, которые будут жить, и работать в информационном обществе, где важнейшую роль будут играть знания об информационных процессах в природе и новые информационные технологии.

С учетом вышесказанного можно утверждать, что абсолютным и обязательным условием создания интеллектуальной базы информационного общества является информатизация образования. Следовательно, необходимо пересмотреть взгляды на миссию, роль и место образования в обществе, его цели и задачи, – одним словом, философию образования, исходя из основных требований к нему: соответствии современности; соответствии качества знаний; способности решать качественные проблемы.

В условиях динамично меняющегося мира образование должно постоянно адаптироваться к изменениям в обществе и в целом опираться на четыре основополагающих принципа: учиться жить; учиться познавать; учиться работать; учиться сосуществовать.

Таким образом, в условиях радикального усложнения жизни общества, его технической и социальной инфраструктуры решающим фактором становятся изменения взаимоотношения людей и информации, которая является таким же стратегическим ресурсом общества, как и все традиционные материальные и энергетические ресурсы. В результате устанавливаются долгосрочные тенденции информационно-технологической трансформации человеческой цивилизации, гипотетические последствия которой предсказуемы: существенно изменится структура занятости в нематериальном производстве, резко сократится трудоемкость информационно-поисковых услуг; изменится структура информационных связей человека, на характер которых все больше будет влиять уровень образования. Однако коренные преобразования в этой сфере возможны только при условии первоочередного решения наиболее общих образовательных проблем, определяющих роль и место информатизации в решении глобальных задач цивилизации.

Г. С. Голошумова, Н. М. Мякишева, И. А. Старцева

Кластер – форма интеграции непрерывного профессионального образования и бизнеса

Концепция стратегии социально-экономического развития регионов Российской Федерации предусматривает повышение качества рабочей силы, которое должно быть достигнуто на основе проведения реформирования системы профессионального образования всех уровней, включающей развитие системы непрерывного профессионального образования; повышение качества профессионального образования, его соответствие потребностям экономики и социального развития; создание равных стартовых возможностей для детей в получении образования и рост доступности качественного общего образования; повышение инвестиционной привлекательности системы образования; разработку прогноза потребности в рабочих и специалистах по укрупненным группам профессий, специальностей, по видам экономической деятельности и отдельным регионам и увязка потребности с объемами подготовки рабочих и специалистов в системе профессионального образования в целях достижения сбалансированности спроса и предложения рабочей силы на рынке труда; совершенствование механизма определения потребности организаций в выпускниках учреждений профессионального образования всех уровней, а также разработка критериев оценки эффективности вложения бюджет-

ных средств в профессиональное образование молодежи; развитие профессиональной ориентации и психологической поддержки населения, в том числе профессиональной ориентации школьников, повышение их мотивации к трудовой деятельности по профессиям, специальностям, востребованным на рынке труда; развитие системы внутрипроизводственного обучения персонала организаций, а также опережающего профессионального обучения работников, подлежащих высвобождению, как важнейшего средства повышения их конкурентоспособности в условиях реструктуризации отдельных отраслей экономики; разработку системы профессиональных стандартов, которая обеспечит требования к профессиональному уровню работников, с учетом обеспечения качества и производительности выполняемых работ; создание системы оценки качества работников, основанной на определении их компетентности и способности гибко реагировать на непрерывные изменения требований к квалификации и профессиональной подготовке работников в соответствии с требованиями профессиональных стандартов. Один из путей решения проблемы видится в кластерном подходе к профессиональному образованию. Понятие «кластер» широко применяется в различных науках: в химии, в математике, в информатике, в социологии, в экономике и др. Под кластером обычно понимают группу объектов, выделенную по критерию их близости друг другу. Производственные кластеры давно существуют в различных странах мира, в том числе и в России. В качестве примеров назовем биотехнологические кластеры в Германии и в Великобритании, лесопромышленный кластер в Финляндии, садоводческий – в Нидерландах, технологический – в Силиконовой долине, обувной – в Италии, авиакосмический – в Москве и в Самаре, судостроительный – в Санкт-Петербурге, автомобильный – в Набережных Челнах и др. Главным отличием кластеров от научно-производственных комплексов, существовавших в нашей стране в советское время, является рыночный механизм управления ими, который создается снизу, по инициативе самих предприятий, в то время как комплексы управлялись сверху по командно-отраслевому принципу. Образовательный кластер – это совокупность взаимосвязанных учреждений профессионального образования, объединенных по отраслевому признаку и партнерскими отношениями с предприятиями отрасли. Анализ специальной литературы показал, что в основе образования кластеров находятся системообразующие трансформационные механизмы; синергетический эффект горизонтальных и вертикальных связей между организациями. Рассмотрим механизмы образования кластеров подробнее.

1. *Системообразующие трансформационные механизмы.* Под системообразующими трансформационными механизмами мы предлагаем понимать стратегии интеграции, основанные, на объединении социально-экономических систем или образовании между ними устойчивых связей [1]. Трансформация как форма организационно-экономического преобра-

зования фирм, при которых меняется состав юридических лиц, участвующих в преобразовании, является неотъемлемой составляющей динамики развития организаций во внешней среде. Основные виды трансформаций предусмотрены Гражданским Кодексом РФ и отражены в ст. 57 ч. 1 первой – это слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование. При этом слияние и присоединение, а также разделение и выделение попарно однородны. На основе практики бизнеса можно добавить к этим видам трансформаций создание и ликвидацию предприятий, рекомбинацию, а также их объединение с образованием нового юридического лица и противоположный ему процесс разъединения.

Поглощение можно определить как процедуру перехода одной организации под контроль другой, за счет приобретения абсолютного или частичного права собственности на поглощаемую организацию. Слияния и поглощения представляют собой процедуру смены собственника или изменения структуры собственности компании, являясь конечным звеном в системе мер по ее реструктуризации. Целью слияний и поглощений является увеличение благосостояния акционеров и достижение конкурентных преимуществ на рынке. Слияния и поглощения являются одними из основных методов реализации трансформационных стратегий. Если корпорация занимает удачное положение на рынке и в отрасли, имеет хорошие перспективы развития, но ей требуется усилить свои позиции для достижения конкурентных преимуществ в данной отрасли, то, используя механизм слияния и поглощения, она может достигнуть своей цели, объединяясь или приобретая компании того же сегмента рынка. Часто корпорации могут осуществлять слияние и поглощение фирм из других сегментов рынка для снижения риска своей деятельности, расширения сферы своего присутствия. Если корпорация пересматривает свои позиции на рынке, находит новые приоритеты, выделяет для себя основные направления деятельности, освобождаясь от не основных проблемных направлений, испытывает недостаток в финансах, то она может эффективно использовать механизм слияний и поглощений для продажи или выделения отдельных подразделений, дочерних компаний. Мы уже отмечали, что в основе образования кластера лежат не отношения собственности, а рыночные отношения «выгодности» более «плотного» интегрированного взаимодействия, основанного на образовании связей между различными элементами организаций. Характер указанных связей напрямую связан с аспектами развития организаций. Изменение же отношений собственности может при этом иметь место и образовывать как положительные, так и отрицательные аспекты с отношениями «выгодности». Например, при поглощении небольшой компании поставщика крупной компанией, теряется стимулирующая роль конкуренции и такая организация чаще ожидает от нового собственника некоторой инициативы, перекладывая решение многих вопросов «в центр компетенций». При образовании кластера мел-

кие компании находятся всегда в положении зависимости от усилий по собственному развитию. Развитие для них означает жизнь, прекращение оногостационацию и замену на более прогрессивно развивающуюся компанию. Другим положительным аспектом таких отношений является осознание «центральной» корпорацией того объективно существующего факта, что необходимо развивать ближнее окружение, которое не всегда может профинансировать серьезные исследования в соответствующих областях.

2. *Синергетический эффект горизонтальных и вертикальных связей между организациями.* Успехи, достигнутые в исследовании инвариантных свойств объектов, принадлежащих к различным структурным уровням бытия, как известно, привели в последние десятилетия XX века к появлению новой общенаучной дисциплины – синергетики. Исследуя наиболее общие условия самоорганизации систем, синергетика, возникшая в недрах естественных наук, став альтернативой существующих теорий развития, проникает и в пределы гуманитарной научной парадигмы. Уточняя и конкретизируя философские выводы, синергетика выполняет роль связующего звена между абстрактно-всеобщими философскими тезисами и теми положениями, которые описывают реальные процессы. Взгляд на проблему развития с позиций синергетики в определенной мере заполняет пробел, существующий между двумя уровнями философского анализа: наиболее общими методологическими подходами и конкретными исследованиями, связанными, в частности, с вопросами научного познания и образования. Основными условиями самоорганизации и саморазвития системы, с точки зрения синергетики, являются: наличие флуктуирующих элементов; открытость, обеспечивающая постоянный приток энергии; усиление отклонений от неустойчивых состояний и превышение ими некоторых критических значений; нелинейность описывающих систему управлений; кооперативное поведение элементов системы. Эти же факторы детерминируют и научное познание. Возможность применения принципов синергетики к исследованию механизмов формирования кластеров подтверждается тем, что последние представляют собой «открытую систему», форму некоммерческого партнерства. В ходе взаимодействия между организациями образуются горизонтальные и вертикальные связи, которые могут производить синергетический эффект и способствовать снижению трансакционных издержек [3]. Организации-конкуренты вынуждены оказывать поддерживающее влияние друг на друга, будучи связанными экономическими отношениями, т. е. одновременно существуя в конкурентной среде, организации, вопреки правилам конкуренции, «помогают» друг другу развиваться. Указанное явление представляет собой высшую форму организации взаимного развития, основанного на противоречии. Вертикальная интеграция, основанная на инновационном взаимодействии конкретной организации с мощным ин-

новационным и технологическим потенциалом с рядом ее поставщиков и конкурентов, способствует развитию более мелких организаций поставщиков и потребителей. Территориальная близость субъектов кластера (организаций, которые в него входят) позволяет снизить издержки по «обслуживанию» обозначенных выше связей, которые несет кластер в широком смысле и конкретно-организации, которые в него входят. Со временем эффективно действующие кластеры становятся причиной крупных капиталовложений и пристального внимания правительства, т. е. кластер становится чем-то большим, чем простая сумма отдельных его частей. Центром кластера чаще всего бывает одна или несколько мощных компаний, при этом между ними сохраняются конкурентные отношения. Этим кластер отличается от картеля или финансовой группы. Концентрация соперников, их покупателей и поставщиков способствует росту эффективной специализации производства. При этом кластер дает работу и множеству мелких фирм и малых предприятий. Кроме того, кластерная форма организации приводит к созданию особой формы инновации – «совокупного инновационного продукта». Объединение в кластер на основе вертикальной интеграции формирует не спонтанную концентрацию разнообразных научных и технологических изобретений, а определенную систему распространения новых знаний и технологий. Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что механизмы образования кластеров способствуют развитию сотрудничества, которое становится все более необходимым [4]. В настоящее время имеют место два подхода к образовательным кластерам.

Первый подход к формированию образовательных кластеров основан на идее вертикальной интеграции образовательных учреждений. Сторонники этого подхода отмечают, что, рассматривая цепочку создания уникальной ценности (человека – знающего, умеющего, как продукт деятельности образовательного кластера), следует отметить, что она начинается с дошкольных образовательных учреждений. В основе этого подхода к образовательным кластерам лежит теория непрерывного образования. Феноменология непрерывного образования проявляется в двух формах: глобального мирового явления и глобального мирового процесса. Непрерывное образование – одно из необходимых условий жизнедеятельности человека, его интеграции в национальное и мировое сообщество. В непрерывном образовании воплощена идея, уходящая своими корнями в традиции гуманизма и ставящая в центр всех образовательных начинаний человека, для которого следует создать оптимальные условия для полного развития способностей и реализации трудового потенциала на протяжении всей жизни. По нашему мнению, социальная роль непрерывного образования состоит в том, что оно выступает фактором утверждения субъектности человека в его социализации и профессионализации, построении жизненной образовательной стратегии. В теории непрерывного образова-

ния трансформирована идея обучения «через всю жизнь». Поэтому непрерывное образование можно рассматривать как фактор конкурентоспособности специалиста на рынке труда. Новизна подхода к формированию образовательных кластеров, основанного на идее вертикальной интеграции образовательных учреждений, состоит в следующем:

- 1) непрерывное образование рассматривается как единая система;
- 2) обучаемые, как субъекты педагогического процесса, ориентируются на пожизненное образование;
- 3) обеспечивается интеграция и интернационализация знаний, расширение коммуникаций, применение информационных технологий;
- 4) формируется многоуровневая система образования.

Однако анализ педагогической практики показывает, что сегодня представлена только одна модель непрерывного образования. А именно: модель образования, непрерывного в пространстве и времени, представленная комплексами «детский сад – школа», «школа – вуз». При формировании образовательных кластеров, основанных на идее вертикальной интеграции образовательных учреждений, необходимо прежде всего решить вопрос о цели непрерывного образования. В противном случае, в условиях увеличивающейся динамики информации, образование может превратиться в систему беспрерывного и бесконечного обновления знаний. Во-вторых, требует решения противоречие между ограниченными внутренними психическими возможностями усвоения обучаемых и безгранично расширяющейся внешней информацией. Необходимо разработать новый психический механизм образования, основанный на рефлексивном синтезе знаний. Непрерывное образование следует понимать не как непрерывный процесс усвоения все новых и новых знаний, а как непрерывное изменение способностей человека к усвоению качественно новых, все более сложных знаний. Образовательный кластер, основанный на идее вертикальной интеграции образовательных учреждений, прежде всего должен обеспечивать содержательно-непрерывную систему образования; непрерывное качественное саморазвитие каждого обучаемого за счет изменения своих способностей [5].

Второй подход к формированию образовательных кластеров основан на идее некоммерческого, социального партнерства бизнеса и образовательных учреждений. По мнению сторонников этого подхода, образовательный кластер – это совокупность взаимосвязанных учреждений профессионального образования, объединенных по отраслевому признаку и партнерскими отношениями с предприятиями отрасли. При этом кластерная политика в сфере профессионального образования направлена на решение следующих проблем: 1) согласованность рынка труда и рынка образовательных услуг; 2) устранение дефицита квалифицированных рабочих, особенно в высокотехнологичных и инновационных областях; 3) налаживание партнерских отношений между системой профессиональ-

ного образования и бизнес-сообществом; 4) сокращение сроков подготовки рабочих; 5) социальная защищенность выпускников образовательных учреждений, поднятие престижа рабочих профессий; 6) обеспечение доступа к высшему образованию детей сирот, детей из малоимущих и проблемных семей, сельских школьников; 7) развитие учебно-материальной базы образовательных учреждений в соответствии с современными технологиями производства; 8) получение профессионального образования по военно-учетным специальностям юношами призывного возраста; 9) разработка нормативного обеспечения взаимоотношений между образовательными учреждениями и потребителями образовательных услуг (граждане и предприятия); 10) привлечение инвестиций в профессиональное образование; 11) создание организационных структур по обеспечению единой научно-методической политики в сфере профессионального образования в регионе; 12) отработка организационных и методических основ профилизиции общеобразовательной школы; 13) формирование механизма федерально-регионального управления системой профессионального образования и разграничение полномочий в сфере управления образованием между федеральными отраслевыми министерствами, Министерством образования РФ и региональными органами управления образованием; 14) создание условий для продуктивного взаимодействия предприятий и образовательных учреждений по организации и управлению учебным процессом, построенным на современной технологической базе; 15) организация научно-исследовательской работы по анализу практики предоставления предпочтений для работодателей и иных возможных механизмов привлечения инвестиций в систему профессионального образования; 16) формирование механизмов, стимулирующих работодателей инвестировать в образовательные учреждения, обеспечивающих интеграцию производства и образования, распространение позитивного опыта участия работодателей в финансировании и управлении учреждениями профессионального образования. Таким образом, разработка и принятие программы развития кластеров ведет к реализации общих и частных целей работодателя и профессионального образовательного учреждения [2].

В основе формирования отраслевых образовательных кластеров должны быть следующие принципы: многоуровневости и многоступенчатости системы образования; рационального заполнения профессиональных ниш на рынке труда, переход к договорным формам трудоустройства «выпускник – работодатель – УПО» путем организации «ярмарок выпускников», контрактных соглашений, образовательных кредитов; преемственности общих и профессиональных образовательных программ; обеспечение качества образования, посредством разработки нового поколения государственных стандартов и учебных программ на основе интеграции содержания профессионального образования, устранения дублирующего учебного материала; расширение мобильности студентов и преподавате-

лей при реализации своих интересов; соблюдение интересов каждого участника рынка труда, его право на свободный выбор с учетом особенностей своего предприятия и стратегических планов; отбор учебных профессий со строгой ориентацией на потребности рынка труда, то есть выполнение госзаказа, обеспечивающего эффективное использование бюджета на профессиональное образование; введение, в дополнение к подушевому нормативу, норматива финансирования заказа, обеспечивающего экономические стимулы и его эффективную реализацию, прежде всего трудоустройство выпускников по полученной профессии [5].

Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что кластерный подход определяет приоритеты развития системы образования, а создание и развитие кластеров одновременно является предпосылкой интеграционных процессов, как внутри образования, так и в цепочке «наука – образование – производство». В этих условиях кластерный подход можно рассматривать как одну из новых технологий управления социально-экономическим развитием общества, в том числе и образованием [6]. Кластерный подход способен самым принципиальным образом изменить содержание государственной образовательной политики. В соответствии с ним усилия чиновников от образования должны быть направлены не на поддержку отдельных образовательных учреждений и образовательных подсистем, а на развитие взаимоотношений: между школами и учреждениями профессионального образования, между предприятиями-заказчиками кадров и учебными заведениями, между самими учебными заведениями и органами исполнительной власти и т. д.

Библиографический список

1. *Гойхер О. Л.* Анализ трансакций рациионирования в системе инвестиционной политики // Инвестиционная политика в регионе / под ред. Ю. Н. Лапыгина. Владимир : Владимирская книжная типография, 2004.
2. *Мухаметзянова Г. В., Пугачева Н. Б.* Кластерный подход к управлению профессиональным образованием. Казань : ИПП ПО РАО, 2007.
3. *Шаститко А. Е.* Неинституциональная экономическая теория. М. : Экономический факультет, ТЕИС, 1998.
4. *Пугачева Н.Б.* Кластер как инструмент интеграции организаций профессионального образования и бизнеса // Взаимосвязь профессионального образования, бизнеса и производства как фактор подготовки конкурентоспособного специалиста : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Е. А. Корчагина. Казань : КГАСУ, 2008.
5. *Пугачева Н. Б.* Концептуальные основы модернизации системы профессионального образования для регионального рынка труда // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2009. № 1.
6. *Пугачева Н. Б.* Приоритетные задачи высшего профессионального образования // Социосфера : научно-методический и теоретический журнал. 2011. № 1.

Актуализация социально ориентированного потенциала интернет-ресурсов

Информация и знания сегодня становятся ключевыми факторами долговременного устойчивого развития общества в условиях конкурентной среды.

В настоящее время развитие технологий социального Интернета способствует не только повышению уровня знаний, но и предполагает соответствующий уровень воспитания человека информационного общества. Этому во многом способствует развитие различных социальных сетей в информационном пространстве.

Появление в Интернете социальных сетей относится к началу 1995 г. в связи с созданием американского портала Classmates.com («Одноклассники» являются его русским аналогом). Проект оказался настолько успешным, что спровоцировал появление не одного десятка аналогичных сервисов. Но официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003–2004 гг., когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook. Социальная сеть, созданная Марком Цукербергом в 2004 г., в настоящее время настолько выросла, что готова затмить интернет-гиганта Google. Каждый четвертый интернет-пользователь мира зарегистрирован на Facebook, а сам сайт стал крупнейшим хранилищем данных о человечестве.

Социальная сеть собрала большой объем информации, о которой правительства всех стран мира могут только мечтать. Обратимся к понятию «социальная сеть», которое представляет собой интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом, например тематические форумы.

Социальная сеть «LinkedIn» была создана с целью установления/поддержания деловых контактов, в то время как владельцы MySpace и Facebook сделали ставку на удовлетворение человеческой потребности в самовыражении. Если вспомним пирамиду Маслоу, то именно самовыражение является высшей потребностью человека, опережая даже признание и общение. Социальные сети стали своего рода тем механизмом, где каждый может найти техническую и социальную поддержку для создания своего виртуального «Я». При этом каждый пользователь получил возможность не просто общаться и творить, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией той или иной социальной сети.

С помощью Интернета, глобальных средств информатики и превращения всех баз и банков данных и знаний в общечеловеческое достояние ускорится превращение человечества в единую взаимосвязанную гло-

бальную цивилизацию. Пока неизвестен какой-либо иной реальный, более мощный и вместе с тем всеохватывающий механизм и средство консолидации человечества в единую глобальную систему, исключая угрозу термоядерной и экологической катастроф.

Представляется, что речь идет не об общей теории информационного обслуживания в принципе всех видов социальной деятельности, а о массовом и глобальном использовании технических средств информатики и автоматизированных информационных технологий во всех видах и сферах человеческой деятельности. В этом состоит всеохватывающий и всепроникающий характер информатизации.

Учитывая важность, широкомасштабность характера информатизации, наличие ее позитивных и негативных последствий и необходимость устранения последних, стоило бы ввести понятие информационной безопасности. Информационно безопасное развитие – это такой процесс информатизации, который сводит к минимуму негативные последствия и тенденции, обеспечивая гуманистическую ориентацию прогресса общества. Без придания информатизации безопасной формы развития невозможно построить подлинно гуманистическое общество, овладевшее соответствующими видами информации на основе средств информатики, предполагающих движение человеческой цивилизации по интенсивному пути развития.

Большая опасность состоит в том, юные пользователи в социальных сетях сообщают много личной информации, что может негативно отразиться на их карьере, социальном статусе и представляет благодатную почву для шантажа в будущем. Следует указать и тот акт, что родители недостаточно контролируют поведение детей в Сети. Так как социальная сеть для населения нашей страны является новым понятием и часто ее использование несет непредвиденный характер. Другими словами: везде и всегда важно соблюдать меру и осторожность. Особенно это касается подрастающего поколения.

Таким образом, социальное становление личности в современном мире происходит сегодня в условиях «информационного бума», под мощным воздействием средств информации и коммуникации.

В данном контексте особое внимание следует обратить на социально ориентированный потенциал интернет-ресурсов и возможности его использования в социальном развитии личности.

Рассматривая сущностную характеристику понятия «потенциал» как источник, возможность, средство, запас, то, что может быть приведено в действие, использовано для достижения определенной цели, решения какой-либо задачи, определены следующие составляющие социально ориентированного потенциала – это многофункциональность, интерактивность, гиперактивность и доступность материала; учет индивидуальных потребностей и возможностей пользователей; отражение ценностных

установок окружающего социума; соответствие специфике восприятия различных возрастных групп пользователей, донесение до всех групп пользователей актуальной информации в удобном виде, гибко и оперативно; многообразие видов, форм и технологий предоставления информации, что дает возможность многоаспектно решать поставленные задачи и проблемы окружающего социума.

Реализация социально ориентированного потенциала интернет-ресурсов позволит обеспечить современное общество не только информационным банком знаний, умениями самостоятельно исследовать и использовать информацию, но и погрузить обучающихся в систему ценностных ориентаций, создать реальную основу для вхождения их в информационное пространство как самоценное явление, обеспечить повышение уровня информационной компетентности в единстве с развитием ценностно-смысловых оснований профессиональной деятельности.

На наш взгляд, наибольшими возможностями в решении данной проблемы обладает такая область научного знания, как социальная информатика.

Социальная информатика представляет собой междисциплинарное научное направление, изучающее социальные последствия информатизации общества.

На современном этапе основная цель социальной информатики заключается в повышении эффективности функционирования общества знаний на основе синтеза социальных и информационных технологий.

Предметом социальной информатики как научного направления являются закономерности и тенденции взаимодействия общества и информатики, т. е. воздействия информатики на общество (процесс информатизации) и общества на информатику (социализация, гуманизация информатики). Особое внимание социальная информатика должна уделить вопросам гуманизации процесса информатизации.

Все вышеизложенное позволяет утверждать, что информационный образ жизни в настоящее время становится нормой жизни, а информация стремиться занять высокие позиции в системе человеческих ценностей. Социальная информатика предполагает информационно безопасное развитие информатизации, которая элиминирует либо сводит к минимуму все негативные последствия и тенденции, обеспечивая гуманистическую ориентацию прогресса общества. Без придания процессу информатизации информационно безопасной формы развития невозможно построить подлинно гуманистическое общество, на основе которого разворачивался бы дальнейший информационный прогресс, движение человеческой цивилизации по интенсивному пути развития.

Культура организации здоровьесберегающей деятельности в системе современного образования

Совершенно очевидно, что эффективность любой деятельности зависит от здоровья человека ее выполняющего. Культура здоровья – важный фактор работоспособности и гармонического развития, социально-экономического роста и благосостояния общества в целом. А образование, как процесс, имеет доминирующее значение в формировании у человека культуры здоровья и ценностных моделей его поведения.

Современная российская действительность, характеризующаяся сокращением продолжительности жизни, смертностью в работоспособном возрасте, высокими показателями заболеваемости закономерно актуализирует проблему изменения в самой системе общественных ценностей. Проблема организации здоровьесберегающей деятельности в системе образования в этом случае должна рассматриваться государством как ключевая, поскольку здоровье нации является необходимым условием не только развития и роста, но и выживания российского общества.

Культура здоровья – результат многих слагаемых. В настоящее время теория и практика здоровьесберегающего образования находятся на начальном этапе своего становления. Решение вопросов здоровьесбережения участников образовательного процесса вызывает значительные затруднения как у педагогов, так и у обучающихся. Это связано с недостаточным уровнем знаний о собственном здоровье и способах его сбережения в условиях интенсивной учебной нагрузки, отсутствием непрерывного и последовательного обучения сохранению здоровья. В сложившейся ситуации крайне важным является переход от восстановления утраченного здоровья к его сбережению, созданию и сотворению собственными усилиями, переход от пассивной позиции в отношении своего здоровья к активной позиции здоровьесбережения и здоровьетворчества.

Совершенно очевидно, что все необходимые знания, умения и навыки, важные для здорового поведения, гармоничного внутреннего развития и сосуществования с окружающим миром необходимо передавать из поколения в поколение, подобно письму или ремеслу. Искусству быть здоровым, так же, как и любому другому искусству (живописи, музыке, танцу и т. п.), нужно учить. Забота о здоровье – это важнейший труд педагога, это не просто комплекс санитарно-гигиенических норм и правил, не свод требований к режиму, питанию, труду и отдыху; это, прежде всего забота о полноте всех физических и духовных сил. Здоровье и педагогика должны быть взаимообусловленными и взаимопроникающими.

В настоящее время, включившиеся в здоровьесберегающую деятельность педагогические коллективы используют различные ее модели (лечебно-восстанавливающую, медико-гигиеническую, физкультурно-оздо-

ровительную и т. д.), недооценивая роль самого педагога как субъекта профессиональной деятельности в сохранении здоровья подрастающего поколения, уровень его медико-педагогической компетентности. При этом значительный оздоровительный потенциал образовательного пространства в силу неподготовленности педагогов к организации здоровьесберегающей деятельности, практически не используется.

Здоровьесбережение в образовании сегодня следует понимать как единство педагогических мер, направленных на улучшение здоровья обучающихся и рост качества их образованности, то есть рассматривать в диалектическом единстве уровень образованности и здоровье подрастающего поколения. Исходя из положения о паритете между образованностью и культурой здоровья учащихся, важно подчеркнуть, что в соответствии с потребностями общества в образовательных процессах следует уделять серьезное внимание обеспечению совместного развития данных составляющих.

В данном контексте необходимо рассмотреть принципы, отражающие специфику организации здоровьесберегающей деятельности в образовательном процессе:

научности, предполагающий реализацию в образовательных учреждениях научно обоснованных здоровьесберегающих технологий;

природосообразности, исходящий из учета возрастных, половых и индивидуальных особенностей всех участников здоровьесберегающего процесса;

сознательности и активности, предполагающий формирование у субъектов здоровьесберегающей деятельности в учреждениях образования культуры здоровья и сознательное личное включение в программы его сохранения и укрепления;

связи теории с практикой, заключающийся в практикоориентированности концептуальных подходов, их технологичности, адекватности и адаптивности особенностям образовательного учреждения в российских социально-экономических условиях;

субъектности здоровьесберегающего учебно-воспитательного процесса, предполагающий, во-первых, ориентацию на внутреннюю, а не на внешнюю мотивацию обучения, во-вторых, свободу выбора участниками образовательного процесса сфер приложения сил в процессе организации школьной жизни;

здоровьесберегающей ориентации образовательного процесса, обеспечивающий интеграционное единство формирования культуры здоровья, становления и развития личности.

Основные позиции, на которых строятся данные принципы, опираются на законы возрастного развития школьника, индивидуальный подход, личностно-ориентированные принципы в специальной работе по

подготовке учителя, руководителя образовательного учреждения, реализующих здоровьесберегающий образовательный процесс.

Реализация данных принципов позволит организовать процесс здоровьесбережения в образовательном пространстве в единстве следующих компонентов: целевого, содержательного, деятельностного и результативного. В данном контексте важно помнить, что каждое образовательное учреждение функционирует в неповторимых региональных социально-экономических и социально-культурных условиях. В связи с чем, возможность организации здоровьесберегающей деятельности будет зависеть от экономических, социальных, психолого-педагогических и социокультурных факторов формирования и развития региональных образовательных систем.

С учетом вышесказанного здоровьесберегающая деятельность в условиях современного образовательного процесса должна отвечать следующим характеристикам:

- вариативности и гибкости разработанных технологий и методик;
- открытость для инноваций и развиваемость предложенных здоровьесберегающих технологий;

- ориентированность на здоровый образ жизни, здоровье как основную жизненную ценность человека, составляющую общую культуру личности;

- возможность педагога максимально использовать свой личностный потенциал в здоровьесберегающей деятельности, умение выйти из круга педагогических стереотипов на новую систему оценки результатов по формированию культуры здоровья учащихся и самосовершенствование в профессиональной деятельности;

- использование индивидуального подхода к личности;
- сочетание индивидуального подхода с групповой гармонией;
- ориентация на осуществление права на выбор;
- сочетание медико-педагогических требований педагога, возможностей и потенциала обучающегося.

Практические результаты эффективной организации здоровьесберегающей деятельности в современных образовательных учреждениях определяют значимость таких элементов, как руководство, содействие здоровью и образованию в области здоровья, создание специализированных служб здоровья, здоровьесберегающей среды, осуществлении интеграции здоровьесберегающих образовательных и социальных программ.

Рассмотренные вышеизложенные позиции позволяют осуществить процесс обучения и воспитания подрастающего поколения в условиях здоровьесберегающей образовательной среды, основными функциями которой являются:

- философско-культурологическая, направленная на формирование самосознания личности, системы ценностно-смысловых установок;

этико-гуманистическая, учитывающая идеи здорового образа жизни, отражающая с позиций гуманизма в содержании образования и способах учебной деятельности здоровьесберегающий культурный опыт человечества;

гуманитарно-гносеологическая, направленная на формирование активного познавательного интереса к ценностям здорового образа жизни родной культуры;

воспитательно-рефлексивная, ориентированную на становление и развитие качеств личности учащихся;

личностно-развивающая, в процессе которой пробуждается и развивается интерес человека к самому себе, системе потребностей, интересов, установок, направленных на осознание себя как личности, гражданина российского государства, гражданина мира.

Данные положения позволяют нам рассмотреть здоровьесберегающую образовательную среду как воспитательно-образовательное пространство культуры, эмоционально-нравственное воздействие которой является стимулом к формированию ценностно-смысловых установок подрастающего поколения на ведение здорового образа жизни.

Библиографический список

1. *Васильева О. С., Филатов Ф. Р.* Здоровье как предмет междисциплинарного исследования: подходы и проблемы // Прикладная психология. 2001. № 5.
2. *Глебова Е. И., Бухарова Г. Д.* Здоровьесберегающая педагогика: истоки и перспективы развития. Екатеринбург : РГПУ, 2005.
3. *Психология человека от рождения до смерти.* СПб. : Изд-во «Прайм-ЕВРОЗНАК», 2001.
4. *Холмогорова А. Б., Гаранян Н. Г.* Культура, эмоции и психическое здоровье // Вопросы психологии. 1999. № 2.
5. *Чупаха И. В., Пужаева Е. З., Соколова И. Ю.* Здоровьесберегающие технологии в образовательно-воспитательном процессе. М. : Илекса, Народное образование, 2003.

С. Г. Ежов

Миссия профессионального образования в инновационном развитии экономики

Важнейшим аспектом воздействия современного профессионального образования на развитие российского общества является формирование новой генерации работников. В этом аспекте профессиональное образование бакалавров и магистров выступает, прежде всего, как институт воспроизводства знаний, умений, навыков, как институт подготовки квалифицированных кадров для различных средств и видов деятельности, что является базовым условием формирования и развития трудового потенциала российского общества. Роль образования при этом не замыкается на простом кадровом обеспечении экономики. Именно через кадры все

более профессионально-квалифицированного уровня образование стимулирует инновационные процессы во всех видах экономической деятельности, развивает новые пути научно-технического обновления производства, порождает новые его направления.

Общий ход экономики инновационного типа, ее динамичное развитие в мировом рыночном пространстве в решающей степени зависит от наличия высокопрофессиональных кадров, активных, творческих, социально-ответственных за свои действия, способных к быстрой адаптации в меняющихся производственных экономических условиях.

Страна, не способная обеспечить необходимый уровень образования населения, развития науки и качества информационной среды, обречена на неэквивалентный внешнеэкономический обмен и глубокую зависимость от мировых финансовых и информационных центров, сохранив за собой главным образом функции источника природного сырья и дешевых человеческих ресурсов для транснациональных корпораций и развитых держав, концентрирующих глобальный интеллектуальный потенциал. Таким образом, можно констатировать:

образование в совокупности с культурой, с опорой на национальные и исторические традиции, с учетом мирового опыта – определяющий фактор формирования и воспитания высоконравственной духовно-интеллектуально и физически развитой личности;

образование в совокупности с общественно-политическими институтами, средствами массовой информации – это ключевое средство формирования в стране гражданского общества правового, демократического государства;

образование в совокупности с наукой есть главный фактор создания в России высокоэффективной инновационной экономики на принципиально новой производственно-технологической основе, в рамках производственно-рыночных отношений.

Все показанные общественно значимые положения о роли и значимости образования приобретают значимую специфику в региональном аспекте своего проявления, особенно в условиях последовательного развития регионов как социально-экономических систем, со всей совокупностью своих внутренних и внешних связей и взаимоотношений. Это ведет к общему усилению значимости региональных образовательных комплексов во всех сферах жизни региона, ориентация их на решение задач и проблем именно регионального характера. Особым образом это происходит в связи с формированием региональных рынков труда, задающих масштабы и профессиональную структуру подготовки, дислокацию подготовки кадров. Реализация данного направления связана с необходимостью значительной трансформации сложившихся параметров деятельности различного вида учебных заведений, системы их взаимоотношений с внешней социально-экономической средой, региональными органами управле-

ния. Все это выражается в ряде противоречий возникающих в ходе регионализации профессионального образования, к основным из которых относятся:

противоречие между объективными требованиями усиления политической, социальной и экономической базы саморазвития регионов и недостаточно полной динамикой включения профессионального образования в решение этих задач;

противоречие между масштабами и структурой осуществляемых профессиональным образованием функций, в первую очередь по подготовке специалистов и фактическими интересами и запросами населения и хозяйства регионов, рынка труда на определенные виды профессиональной подготовки кадров;

противоречие между необходимостью стратегической ориентации профессионального образования на нужды регионального развития и отсутствием надежной методологии прогнозирования потребностей региона, спроса на рынке труда в отдельных направлениях его деятельности;

противоречие между необходимостью усиления регионального аспекта управления профессиональным образованием и неполнотой функций региональных органов управления, во многом преобладанием вертикальных управленческих связей;

противоречие между необходимостью финансового стимулирования деятельности профессионального образования по решению задач обеспечения развития региона кадрами из региональных источников бюджетных и внебюджетных средств и их значительным дефицитом.

Поиск и обоснование путей разрешения имеющихся противоречий, определения стратегии действий в области регионализации профессионального образования, разработки методов реализации всего комплекса связанных с этим задач позволит актуализировать человеческий капитал инновационной российской экономики.

В связи с этим одной из важнейших проблем развития России является последовательный поворот проводимой в стране политики в сторону укрепления в общественном сознании и общественной практике представления о профессиональном образовании как ведущем, определяющем и по существу на современном этапе единственном факторе достижения стратегических целей становления нового общества, инновационного экономического развития при соответствующей активной роли государства.

Подготовка кадров в системе образовательного менеджмента

Поворот к рыночным отношениям ведет к коммерциализации деятельности образовательных учреждений, учебные заведения становятся активными субъектами экономических отношений.

Анализ теории и практики управления образовательными организациями показывает, что в современных условиях руководители из всех типов организационных ресурсов наибольшее влияние способны оказать на человеческие ресурсы. Это означает, что совершенствование работы образовательных учреждений может быть достигнуто преимущественно за счет лучшего их использования и предполагает целенаправленную деятельность управленцев в этом направлении.

Современный университет по своему годовому финансовому обороту, по размерам, по объему и стоимости основных средств, по структуре ничем не отличается от крупных предприятий производства или сферы услуг. Университет, который не имеет системы менеджмента, соответствующей самым современным требованиям мирового рынка, не может эффективно и востребованно создавать новые знания и управлять ими.

Университет, как правило, имеет большую инновационную составляющую, нежели объекты промышленности, и более интенсивно развивается, так как услуги, которые он предоставляет, должны опережать своей новизной и практической апробацией индустрию производства и сферы услуг, в противном случае специалисты, которых университет выпускает, останутся невостребованными.

Естественно, что вуз обладает научным потенциалом, позволяющим ему построить свою собственную систему менеджмента, однако такая эксклюзивность не позволяет мультиплицировать на другие вузы эту систему, динамично ее развивать, сделать узнаваемой в других организациях. Необходимо использовать известную модель системы менеджмента.

Профессиональное образование получило новый социальный смысл – оно должно сформировать не просто специалиста, обладающего инновационными компетенциями, но и члена общества с новым социальным статусом, с социальным мировоззрением, с осознанием четко очерченного места в социальной системе общества.

В этих условиях актуальной становится подготовка менеджера образования через систему дополнительного образования и повышения квалификации, повышение квалификации менеджера образования в условиях развития образования как отрасли экономики. В числе важнейших факторов развития теории и практики непрерывного образования являются такие взаимосвязанные факторы, как: междисциплинарность, сравнительный характер исследований, интеграция и интернационализация научно-педагогического знания, воссоединение обучения с исследованием и по-

вышение его уровня, расширение глобально-региональных научных коммуникаций, применение новых информационных и аналитических технологий в исследовательской деятельности преподавателей многоуровневой системы педагогического образования.

Разработка многоуровневой системы повышения квалификации менеджеров образования диктуется возникшими противоречиями между традиционными формами повышения квалификации работников образования и требованиями к новому типу управленца – менеджера образования, повышение квалификации которых имеют региональные особенности:

потребность педагогов и руководителей образовательных учреждений в личностном и профессиональном росте и недостаточная адаптированность образовательных программ повышения квалификации к индивидуальным профессионально-образовательным потребностям взрослых обучающихся;

ориентированность менеджеров образования на непрерывное и рекуррентное повышение квалификации и недостаточная мобильность всей системы дополнительного образования.

Сущность управления профессиональным обучением менеджера образования рассматривается как компонент системы непрерывного образования, основывающиеся на основных теоретических положениях классической теории, менеджмента, достижениях педагогического менеджмента, педагогики личности. Теоретические проблемы формирования содержания профессионального обучения специалистов включают: нормативные основания; специфику отражения глобальных проблем современности; акмеологическую направленность; интегрированность, знания в области теории и практики принятия управленческих решений.

Менеджмент в образовании, по мнению А. Т. Глазунова, – это система принципов, методов, технологических управленческих приемов, направленных на качественную реализацию образовательных услуг, гарантированное обеспечение стандарта образования. Предметом труда образовательного менеджмента является развитие личности обучаемого, гарантированное обеспечение стандарта образования. Объектами труда образовательного менеджмента являются персонал, качество образования, информация, учебно-методическая и материально-техническая база, финансы.

Современное состояние подготовки менеджера образования характеризуется свободой выбора содержания и форм образовательной деятельности, личностно-ориентированным обучением. Система управления подготовки менеджеров образования – это открытая образовательная система, содержание которой основывается на таких ценностях современной педагогики, как гуманизм, демократичность, целесообразность, целостность личности.

Несмотря на острую актуальность данного вопроса и безусловный интерес к нему, не хватает научных литературных источников именно по теме менеджмента в профессиональном образовании.

Актуальность подготовки менеджеров в образовании определяется, прежде всего, тем, что в условиях рынка продуктивность любых инноваций, в том числе в образовании, осуществляется не столько сверху, сколько исключительно менеджерскими качествами всех тех, кто непосредственно занят внедрением этих инноваций. В современных социально-экономических условиях на всех уровнях системы образования претерпевают изменения административные схемы управления, уступая ведущее место принципам современного менеджмента. Острую востребованность получают способы и механизмы организации внебюджетной деятельности в образовании и т. д. Способность ассимилировать и успешно использовать новые подходы к управлению определяют жизнеспособность и эффективность функционирования образовательного учреждения не только сегодня, но и в перспективе современной российской системы образования.

Главными задачами менеджмента в системе образования условно можно назвать:

- изучение основных запросов потребителей (родителей, учащихся, учителей);

- пропаганда и распространение лучших педагогических инноваций (методов обучения);

- поиск возможностей привлечения дополнительных средств (спонсоров, Международных организаций и др.) для развития образовательных услуг.

Нами разработана и внедрена в учебный процесс на базе Института развития регионального образования Свердловской области рабочая программа профессиональной переподготовки дисциплины «Менеджмент в образовании» (ГОС-2007) для руководителей учреждений НПО и СПО.

Цель курса: приобретение и расширение знаний и компетенций в области теории и практики управления вузами и их подразделениями в условиях модернизации системы высшего профессионального образования с учетом требований, предъявляемых в процессе интеграции начальной и средней профессиональных школ в образовательное пространство высшей школы.

Задачи курса:

- знакомство с тенденциями развития и основными направлениями модернизации системы высшего профессионального образования России, интеграции системы НПО и СПО в систему высшего профессионального образования;

- знакомство с принципами и методами стратегического управления высшим учебным заведением;

получение информации о современных технологиях и их применении в высшем образовании;

знакомство с требованиями, принципами, методами и критериями управления качеством образовательного процесса;

получение информации о перспективах и методике реализации в управлении образовательной деятельностью вуза принципов Болонской декларации;

знакомство с принципами и методами инновационной, профориентационной и международной деятельности современного университета.

Категория слушателей: учителя и руководители учебных заведений среднего образования, работники органов управления образованием; а также специалисты, работающие в частных образовательных учреждениях, в системе подготовки и переподготовки педагогических кадров.

По завершению обучения слушатели должны знать:

терминологию и основные принципы менеджмента в образовании;

основные принципы модернизации системы российской высшей школы;

подходы и методы осуществления преобразований: перехода на двухуровневую систему, формирования индивидуальных образовательных траекторий, оценки трудоемкости отдельных дисциплин, содействия трудоустройству выпускников, обеспечения и контроля качества образовательной деятельности;

Слушатель должен уметь применять полученные знания для принятия управленческих решений в практике деятельности современного вуза и его подразделений.

Выпускники будут профессионально подготовлены к работе в качестве руководителей государственных и негосударственных образовательных учреждений (в том числе международных); подразделений органов управления образованием различных уровней. А также смогут выступать в качестве разработчиков, экспертов, менеджеров комплексных социально-образовательных проектов, инвестиционных программ; аналитиков; советников управленцев различных уровней.

При определении путей подготовки менеджера образования необходимо в дальнейшем провести междисциплинарные исследования, включающие социальные, экономические, правовые и психологические аспекты, которые позволяют определить пути сочетания творческого и прагматического подходов.

В ближайшей перспективе менеджмент в образовании станет составляющим структурным подразделением в учреждениях системы образования, что позволит в дальнейшем совершенствовать управление этой жизненно важной сферой общества.

Творчество как высшая форма активности и самостоятельной деятельности преподавателя

Творческий потенциал – один из важнейших общенаучных аспектов, рассматриваемый как мера возможностей личности преподавателя вуза в деятельности по продуктивному изменению образовательной среды, совершенствованию образовательного процесса в соответствии с потребностями субъектов образования и требованиями общества. Развитие творческого потенциала осуществляется в виде непрерывного процесса обретения преподавателем творческих качеств, целенаправленного профессионального роста под влиянием внешних и внутренних факторов, а также собственной активности в самосовершенствовании, саморазвитии и самореализации.

Проблема творчества, его сущность и природа всегда интересовали и западных, и российских ученых, таких как: П. И. Дышлевый, Н. В. Яценко и др. Они характеризовали творчество как сложный многоуровневый процесс, где творцом выступает человек. Согласно данной концепции, творчество является сугубо человеческой характеристикой и рассматривается как истинный способ проживания и выживания в обществе [4], как состояние, обеспечивающее человеку преодоление отчуждения через общение и диалог [15].

Общественно востребованной является актуализация творческого потенциала, который проявляется в умении нешаблонно мыслить и действовать, выходить за рамки сложившихся традиционных подходов. Уровень успешности и творческой активности учеников, как правило, зависит от уровня развития творческого потенциала преподавателя, а условия модернизации образования обостряют потребность общества в педагогах с высоким уровнем творческого потенциала, способных творчески подходить к решению педагогических задач, мобильно разрешать нестандартные учебные ситуации, работать в инновационном режиме.

Философ А. Г. Спиркин определяет творчество как мыслительную и практическую деятельность, результатом которой является создание оригинальных, неповторимых ценностей, установление новых фактов, свойств, закономерностей, а также методов исследования и преобразования материального мира или духовной культуры. При этом он подчеркивает, что новизна объективно и социально значима, если результат действительно новый в контексте истории культуры, если же он нов лишь для ее автора, то новизна субъекта и не имеет общественного значения [10].

Огромную роль в творчестве играет не только интеллект человека, но и, конечно же, вся личность в целом. Тот, кто совершает открытие, должен обладать определенными личностными качествами: решимостью

довести дело до конца, смелостью мысли, умением видеть больше своих современников и предшественников. Он должен обладать мужеством для того, чтобы пойти «против течения» и сломать то, во что верит сегодня большинство. Человек малодушный, нерешительный, робкий не сможет сделать великого открытия, даже если стоит на пути к нему.

По мнению К. С. Станиславского, творчество есть напряжение всех духовных сил человека. Оно включает тонкость наблюдения за явлениями, избирательное запоминание существенного, волевое напряжение, реализуемое в настойчивом постоянном поиске ответа на поставленный вопрос, глубокое внимание к различным сторонам решаемой задачи, эмоциональный подъем, выражающийся в особом состоянии, именуемом вдохновением, и, конечно, решающее место в творческом процессе занимает мыслительная деятельность субъекта, соединяющая как логическое мышление, так и воображение в их сложном соотношении [11].

Н. Ю. Посталюк, исследуя методологический и содержательный анализ категории «Творческий стиль деятельности», утверждает, что «творчество – это не одна из разновидностей деятельности, а особое общественное содержание самых разных ее видов, определенное качественное состояние деятельности (в отличие от механической, шаблонной, стереотипной). Иначе творчество можно выразить как концепт достаточно высокого уровня обобщения, инвариантный относительно объекта деятельности, ее содержания. Однако и такой подход не устраняет полностью жесткой «привязки» творческих способностей к области проблем личности, в нем игнорируется тот факт, что существует обобщенный опыт творческой деятельности, сознательно и неосознанно усваиваемый человеком». Ученый считает, что индивидуальный творческий стиль деятельности – это то, что «отличает конкретные феномены творческой деятельности друг от друга», «характеризует сходные их признаки. Первое фиксирует различие, второе – тождество в явлениях» [8].

«Творчество – это всегда созидание чего-то нового на основе преобразования познанного: нового результата или оригинальных путей и методов его получения. Новизна и преобразование – две наиболее существенные характеристики творчества», – пишет В. И. Загвязинский [5].

В. И. Андреев считает, что «творчество – это вид человеческой деятельности, для которой характерно:

- наличие противоречия, проблемной ситуации или творческой задачи; социального вклад в развитие общества и личности (антисоциальная деятельность, даже в ее самой изобретательной форме – это не творчество, а варварство);

- наличие объективных (социальных, материальных) предпосылок, условий для творчества;

- наличие субъективных предпосылок для творчества (личностных качеств, знаний, умений, особенно положительной мотивации, творческих способностей личности);

новизна и оригинальность процесса и результата» [1].

Иными словами, В. И. Андреев определяет творчество как один из видов человеческой деятельности, направленный на разрешение противоречия (решение творческой задачи), для которой необходимы объективные (социальные, материальные) и субъективные личностные условия (знания, умения, творческие способности), результат которой обладает новизной и оригинальностью, личной и социальной значимостью, а также прогрессивностью» [1].

Американские исследователи считают, что творческие открытия – это результат случайности, сфера подсознательности, не связанная с логикой и интеллектом. К. Юнг утверждал, что природа творчества навсегда останется недоступной для человеческого понимания. Такая постановка вопроса основывается на иррационализме и агностицизме. Философ С.С. Гольдентрих отмечал, что сущность творчества несовместима с деятельностью, враждебной человеку. Он обращал внимание на признак «прогрессивности» при анализе творчества как специфического вида человеческой деятельности и акцентировал внимание на том, что природа творческого деяния – созидание, рождение нового, прогрессивного, способствующего развитию человека и общества. Иначе говоря, истинное творчество должно приводить к развитию человеческой личности, человеческой культуры.

Таким образом, понятие «творчество» определяется учеными как «высшая форма активности и самостоятельной деятельности человека», порождающая нечто качественно новое и отличающаяся неповторимостью, оригинальностью и культурно-исторической уникальностью. Это всегда созидание чего-то нового на основе преобразования познанного. Творчество немыслимо без постоянного труда, самообладания, точной оценки пределов истинного, меры и силы, так как творчество – основа жизни, приводящая к развитию человеческой личности, развитию человеческой культуры.

Особенности творческого труда определяются не только материальными условиями жизнедеятельности субъекта, но и более высокими побудительными мотивами, поэтому не случайно творчество рассматривают как наиболее совершенный из известных типов человеческой деятельности. Еще в XVIII веке И. Кант дал анализ творческой деятельности в учении о продуктивной способности воображения, которая интерпретировалась им как единство сознательной и бессознательной деятельности. Поэтому, согласно Канту, гении творят в состоянии наития, бессознательно, подобно тому, как творит природа. Продолжая развивать основные положения философии И. Канта, И. Г. Фихте исследовал внутренние закономерности деятельного разума, пытаясь раскрыть механизмы работы продуктивного воображения. Однако внутренние причины деятельной активности субъекта остались невыясненными. Вслед за И.Г. Фихте Ф. Шел-

линг создает идеалистическую модель истории деятельности творческого субъекта. Согласно результатам его исследования, творческая способность воображения есть единство сознательной и бессознательной деятельностью, поэтому наиболее одаренный этой способностью творит в состоянии наития. Творческая деятельность, по мнению Ф. Шеллинга, – это высшая форма жизнедеятельности, направленная на создание нового и сохранение воспроизведенного продукта [13].

В 1960-е годы Д. Б. Богоявленская рассматривает проблему творческой деятельности как целостный феномен, включающий интеллектуальные, личностные и социальные факторы. Она характеризует творческую деятельность как «способность видеть в предметах нечто новое, такое, чего не видят другие» и считает, что именно интеллектуальная активность отражает познавательные мотивационные характеристики творческой личности. Качественной характеристикой интеллектуальной активности и ее мерой служит интеллектуальная инициатива, которая понимается как продолжение мыслительной деятельности за пределами ситуативной заданности, не обусловленной ни практическими нуждами, ни внешней или субъективной отрицательной оценкой работы [3].

И. Я. Лернер, определяя творчество как деятельность, порождающую нечто новое и неповторимое, утверждает, что обучение творчеству дает инструмент для самостоятельного поиска решения недоступных проблем и является стимулом саморазвития и самовоспитания [7]. Определение, данное исследователем С. С. Зориным, еще раз подтверждает, что «творчество – это деятельность, порождающаяся неповторимостью, оригинальностью и общественно-исторической уникальностью» [6].

В психолого-педагогической литературе творческая деятельность педагога нередко рассматривается через умение концентрировать творческие усилия, смелость и независимость в суждениях, склонность к разумному риску, оптимизм, высокий уровень самооценки личности, позитивное восприятие. Эти факторы, как указывают исследователи, прямо не определяют особенности творчества, однако, оказывают значительное влияние на практическую деятельность творческого характера.

По нашему мнению, творческая деятельность – это деятельность, в которой творчество как доминирующий компонент входит в структуру либо ее цели, либо способов. Если в структуру деятельности входит объективное творчество, характеризующееся осознанностью объективной новизны и значимости цели, результата и способа деятельности, то такую деятельность можно назвать объективной творческой деятельностью. Соответственно, если в структуру деятельности входит субъективное творчество, то это субъективная творческая деятельность.

Необходимость в творческой деятельности возникает у педагога в нестандартных ситуациях, в которых ему приходится осуществлять целенаправленную деятельность в условиях, ограничивающих использова-

ние имеющегося у него опыта. Осознаваемая (в отличие от животных) нестандартная ситуация может быть названа творческой ситуацией. Другими словами: творческая ситуация – это ситуация, в которой человек осознает необходимость осуществления целенаправленной деятельности в условиях, не позволяющих или ограничивающих использование имеющегося у него опыта.

В последнее время личностным проявлением творческой деятельности педагога многие исследователи стали называть и такое качество, как готовность к нововведениям, в которой своеобразно сочетаются антиконформизм интеллекта, определенная личностная направленность (стремление, потребность внедрять новое) и практические умения реализовать новые способы и формы осуществления профессиональной деятельности. Этот аспект творческой деятельности учителя можно назвать «вторичным творчеством», без которого не проявится в полной мере и творчество «первичное».

В. П. Ушачев, обособляя творческую деятельность от других явлений, присущих человеку, считает, что творческая деятельность основана на рациональном комбинировании существующей информации, в результате чего образуется новая информационная система, расширяющая границы существующего знания. Гениальные открытия принципиально нового не связаны с какими-либо закономерностями, хотя их появление подготовлено всем ходом развития науки. Творческая деятельность всегда выступает как форма познания действительности и связано с ее отражением, законами развития и функционирования, кроме того, она является многоуровневым процессом биосоциального развития человека. В социальной деятельности происходит осознание самого творчества. Потребности человека в творчестве выражаются в психике через установку, которая предполагает приблизительное знание объекта потребности и способа действия с ним [12].

М. М. Поташник рассматривает творческую деятельность как одно из сложных явлений человеческой жизни, которому свойственны одновременно и знание известного, доказанного, и фантазия, добросовестность, опора на закономерности, и случайность. Исследуя педагогическую деятельность с точки зрения ее сущностной характеристики, он писал: «Педагогический труд нетворческим не бывает, и быть не может, ибо неповторимы дети, обстоятельства, личность самого учителя, и любое педагогическое решение должно исходить из этих всегда нестандартных факторов. Если же действия человека, работающего с детьми, не учитывают этих особенностей, его труд лежит уже за гранью того, что называется «педагогической». Педагогическая деятельность, являясь сплавом науки и искусства, по обоим своим компонентам всегда предполагает творчество» [9].

Исследователь обращает внимание на практическое воплощение творческой деятельности: нестандартный подход к решению проблем; разработку новых методов, форм и средств и их оригинальных сочетаний; эффективное применение имеющегося опыта; совершенствование, рационализация, модернизация известного в соответствии с новыми задачами; удачная импровизация; умение видеть множество вариантов решения одной и той же проблемы; умение трансформировать методические рекомендации, теоретические положения, конкретные педагогические действия. М. М. Поташник разводит понятия «педагогическое творчество» и «педагогическое мастерство», подчеркивая при этом, что они близки по смыслу, но далеко не тождественны: «Мастером можно считать работника, в совершенстве владеющего своей профессией, и мастерство, как правило, связано с большим опытом. Творческим может быть и начинающий учитель, пока еще не ставший мастером» [9].

Творческая деятельность педагога характеризуется рядом сторон: постановкой вопроса, требующего творческого ответа, т. е. умением увидеть проблему; мобилизацией необходимых знаний (личного опыта, а также опыта, обобщенного в специальной литературе) для постановки предварительной гипотезы, для определения путей и способов решения задачи; специальными наблюдениями, экспериментами и их обобщения в виде выводов и гипотез: оформление возникающих мыслей (образов) в виде логических, образных, математических, графических, предметных структур. Эти стороны творческого процесса далеко не всегда представляют собой последовательные этапы творчества. Они тесно переплетены, взаимосвязаны друг с другом, вклиниваются друг в друга или могут быть отделены друг от друга во времени (иногда значительно).

На основании вышеизложенного, следует отметить, что, несмотря на множество трактовок исследователей различных научных областей, творческая деятельность направлена на разрешение противоречий, созидание нового на основе рационального комбинирования существующей информации; это «прорыв и взлет», «раскрытие бесконечного», потрясение и подъем всего человеческого существа [3]; преодоление противоречий в процессе постижения истины; это способ реализации личности, обладающей определенными способностями.

Следовательно, творческая деятельность – это сложный многоуровневый процесс, направленный на создание нового и сохранение воспроизведенного продукта, на разрешение противоречий (решения творческих задач), с учетом объективных (социальные, материальные) и субъективных условий (знания, умения, творческие способности), результат которой обладает новизной и оригинальностью, личной и социальной значимостью, а также прогрессивностью. Это высшая форма активности и самостоятельной деятельности преподавателя, при которой создаются уникальные, социально значимые духовные и материальные ценности.

Библиографический список

1. Андреев В. И. Диалектика воспитания и самовоспитания творческой личности. Основы педагогики творчества. Казань : Изд-во Казанского ун-та, 1988.
2. Бердяев Н. А. Самопознание: Опыт философской автобиографии. М. : Книга, 1991.
3. Богоявленская Д. Б. Пути к творчеству. М. : Знание, 1981.
4. Дышлевый П. И., Яценко Л. В. Творческая деятельность как предмет философского исследования // Диалектика творческой деятельности. Воронеж, 1989.
5. Загвязинский В. И. Методология и методика дидактического исследования. М. : Наука, 1982.
6. Зорин С. С. Исследование творческих педагогических способностей у студентов педвуза и индивидуального творческого стиля деятельности учителя // Вопросы психологии. 2000. № 6.
7. Лернер И. Я. Дидактические основы методов обучения. М.: Педагогика, 1981.
8. Посталюк Н. Ю. Творческий аспект деятельности. Педагогический аспект. Казань : КГУ, 1989.
9. Поташник М. М. Педагогическое творчество. М., 1993.
10. Спиркин А. Г. Сознание и самосознание. М. : Политиздат, 1992.
11. Станиславский К. С. Работа актера над собой. М. : Искусство, 1985.
12. Ушинский К. Д. Педагогические сочинения : [в 6 т]. М., 1998.
13. Шеллинг Ф. Сочинения : [в 2 т]. М., 1997. Т. 1.
14. Шумилова А. Т. Проблемы теории творчества. М. : Высшая школа, 1999.
15. Яценко Н. В. Толковый словарь обществоведческих терминов. СПб. : Лань, 1999.

Е. А. Жадько

Дуальное образование как основа для позиционирования образовательной организации

В настоящее время среди различных вариантов позиционирования образовательных организаций достаточно распространенным является тесное и разностороннее взаимодействие с бизнесом. Оно приобрело свою актуальность в связи с обострением конкуренции на рынке образовательных услуг, а также серьезной конкуренцией между выпускниками вузов и колледжей (техникумов) на рынке труда. Очевидно, что конкурентоспособность выпускника будет выше, если образовательная организация тесно контактирует с бизнесом (с работодателями) в процессе обучения и лучше знает, каких работников они хотят получить.

Существуют следующие формы взаимодействия образовательных организаций с бизнесом:

целевая договорная подготовка студентов. Данная форма взаимодействия предполагает обучение студентов с учетом конкретных требований работодателей к молодому специалисту;

социальное партнерство. В широком смысле под ним понимается взаимодействие образовательной организации, государства, общественных и некоммерческих организаций, а также представителей бизнеса с целью выработки программ развития конкретной образовательной организации;

предоставление мест для прохождения производственной практики. Довольно популярная форма сотрудничества образовательной организации с социальными партнерами из бизнеса. Несомненно, является выгодной для всех сторон: вуз или колледж (техникум), гарантируя абитуриентам места для прохождения практики, получает конкурентное преимущество, что также позволяет получать информацию о способностях своих студентов «из первых рук»;

привлечение к образовательной деятельности специалистов-практиков из бизнеса. Данная форма сотрудничества – важная составляющая обучения практико-ориентированных специалистов. Проведение тренингов, практических курсов представителями бизнеса позволяет расширить теоретические знания студентов конкретными навыками, необходимыми в трудовой деятельности;

проведение заказных научных и прикладных исследований. Данная форма сотрудничества предполагает проведение образовательными организациями различных исследований по заказу сторонних предприятий на возмездной основе. Это позволяет получить дополнительные средства, а также предоставить преподавателям и студентам возможность участия в реальных исследованиях;

создание технопарков и бизнес-инкубаторов. Бизнес-инкубатор – структура, призванная помочь развитию малого и среднего бизнеса в период его становления. Предполагает предоставление предпринимателям в аренду помещений, а также оказание бухгалтерских, консультационных и юридических услуг. Технопарк – это целый комплекс, включающий в себя научно-исследовательские организации, учебные заведения, малые предприятия, бизнес инкубаторы и другие объекты инфраструктуры, занятые в сфере высоких технологий. В данном случае образовательная организация (прежде всего вуз) может выступать как участник технопарка, занимаясь своей деятельностью с учетом потребностей всего технопарка.

На наш взгляд, существенным недостатком многих из перечисленных форм взаимодействия является то, что зачастую образовательная организация выполняет главную роль, а бизнес – лишь второстепенную. В нашей статье мы остановимся на такой форме социального партнерства, как дуальное образование, которое, по сути, соединяет в себе многие перечисленные формы.

Дуальная система профессионального образования зародилась в Германии и представляет собой «производственное обучение на предприятии, сопровождаемое профессиональной школой» [1, с. 112]. Взаимодействие двух независимых сторон – профессиональных школ и предприятий – и обуславливают дуальность образования. Задача предприятия – обучить студентов практическим навыкам, а профессиональные училища отвечают за теоретическое обучение. В то же время на предприятиях студентам могут давать теорию, а в образовательной организации проводить практиче-

ские занятия. Главное, чтобы две стороны дуального образования не повторяли друг друга, а взаимодействовали и дополняли [2, с. 33].

Привлекательность дуальной системы обучения обусловлена следующими достоинствами:

основное отличие дуального образования – тесная взаимосвязь с практикой, что позволяет студенту получить больше практических знаний и навыков. Кроме того, по окончании обучения студент уже обладает существенным опытом работы по специальности, который может предъявить работодателю [3, с. 59]. На наш взгляд, это существенное достоинство в условиях, когда одним из значимых критериев отбора для российских работодателей является наличие опыта у соискателя.

дуальное образование предполагает более серьезное вовлечение предприятий в процесс обучения, в том числе в финансовом отношении, так как они вкладывают существенные средства в обучение будущих работников. Это делает их более заинтересованными в самом процессе обучения (содержание, организация и т. п.), а значит, разрыв в интересах образовательной организации и предприятия становится значительно меньше, а ответственность в процессе обучения распределяются более равномерно.

тесное взаимодействие предприятий и образовательных организаций в процессе обучения позволяет быстрее реагировать на изменения, происходящие на рынке труда.

несомненным достоинством дуального образования для студентов является то, что в течение всего срока обучения они получают заработную плату. Это особенно важно в наше время, когда многие выпускники школ стремятся быстрее обрести финансовую независимость и стать самостоятельными.

уже во время обучения студенты знакомятся с должностными обязанностями, требованиями работодателя, коллективом, поэтому, дуальное образование – это прекрасная возможность для них «самостоятельно и безболезненно адаптироваться к профессиональной деятельности» [4, с. 53].

В Германии дуальное образование затрагивает, прежде всего, степень первого профессионального образования, хотя может распространяться и на область обучения в университете [5, с. 42]. В нашей стране первыми внедрять систему дуального обучения начали колледжи и техникумы. Это были единичные эксперименты по инициативе самих образовательных организаций, что, конечно, ограничивало их возможности.

В январе текущего года под патронажем Агентства стратегических инициатив стартовала правительственная программа по развитию Российского дуального образования. На конкурсной основе были отобраны пять «пилотных» регионов и пять регионов-финалистов, в которых будут внедряться элементы дуальной системы образования. Стоит отметить, что реа-

лизация проекта регионами будет осуществляться за счет собственных средств, АСИ будет помогать только знаниями [6].

Одной из целей проекта является «повышение инвестиционной привлекательности российских регионов за счет подготовки рабочих кадров, соответствующих требованиям высокотехнологичных отраслей промышленности, на основе дуального образования» [7]. Именно дополнительные инвестиции предприятий, а не развитие образовательной системы побудили руководителей регионов принять участие в конкурсе. Осуществление самого проекта предполагается без какой-либо финансовой поддержки государства. Все это, на наш взгляд, усложняет процесс внедрения дуального обучения, поскольку у вузов и регионов может не оказаться достаточно средств, а предприятия в нашей стране еще не вполне понимают значимость дуального образования. А значит, без серьезной финансовой поддержки со стороны государства развитие дуальной системы обучения в нашей стране находится под вопросом.

Библиографический список

1. *Тидеманн Б.* Дуальная система – немецкая форма профессионального образования // Образование и наука. 2011. № 6(85).
2. *Глайссер О. Ю.* Система высшего образования в Германии : великое множество путей // Вестник высшей школы Alma Mater. 2008. № 10.
3. *Данилов Р. В.* Роль муниципального управления в реализации социальных проектов в сфере профессионального образования // Муниципальная академия. 2012. № 2.
4. *Родинов А. С.* Некоторые аспекты профилизации образовательных услуг дуальной системы европейского образования // Вестник Военного университета. 2010. № 3(23).
5. *Черных А.* Образование стало производственной необходимостью // Коммерсант.ru. URL : <http://www.kommersant.ru/doc/2395751>
6. *Дуальная система обучения, проект АСИ.* Маяк профессионального образования. URL : <http://prof-mayak.ru/>

С. А. Заводская

Социально-экономическое сопровождение культурной жизни города

Взаимодействие культуры и бизнеса традиционно носит сложный, неоднозначный характер. Обычно, эти две сферы человеческого бытия принято разделять и даже диаметрально противопоставлять друг другу. По общепринятому восприятию одно понятие стремится к духовному, а другое к материальному. Но, в последнее время, современный социум настолько ярко и динамично преподносит сочетание разных сфер, что даже не остается сомнений, что и бизнес, и культура заинтересованы и могут находить точки соприкосновения не только друг с другом, но и с другими противоположными явлениями ранее не входившими в общую орбиту.

Процесс взаимного проникновения и слияния парадигм влияния происходит, как правило, через органичную интеграцию явлений мира искусства и культуры в экономическую реальность. Этот процесс связан с появлением у произведения искусства некоего «экономического измерения», которое может быть представлено как его стоимость, выражаемая в денежном измерении и одновременной потребности бизнеса в новых сферах приложения капиталов и использования нетрадиционных инструментов организации бизнес-процессов.

Приобретая стоимость, культурные феномены обретают экономическую значимость, становятся объектами сферы бизнеса. Опять же, с каждым годом, мы видим взаимную пропорциональную тенденцию – через параллели конкуренции и брендинга бизнес создает корпоративную культуру и культуру своего развития. При достижении бизнесом определенного уровня развития, возникает необходимость создания корпоративной культуры, которая векторно стремится с одной стороны решать задачи, которые улучшают бизнес-процессы изнутри, с другой стороны совершенствуется внешняя бизнес-культура, направляемая на привлекательность среди конкурентов. Культура врезается стержнем в корпоративные ценности, объединяя и направляя взгляды как людей внутри одной корпорации, так и корпораций в отрасли.

На арене истории культура и бизнес – самые значимые способы самовыражения человека. Они могут задействовать человеческие ресурсы самым удивительным образом. Стоит взглянуть вокруг – весь бизнес окружен искусством. Рассматривая аспекты национальных взглядов на традиции взаимосвязи явлений нашей темы, стоит главным образом отметить сложившиеся в русской культуре исторически. Как правило, первые ассоциации возникают с яркими примерами российского меценатства, зарождающегося класса крупных промышленников XIX века, как одной из форм социальной ответственности бизнеса того времени. Благотворительная и меценатская деятельность русских дореволюционных предпринимателей, с точки зрения социологии, демонстрирует наряду с религиозными, этическими еще и социальные мотивы.

Предпринимательство перестало рассматриваться только как экономическое явление, поскольку результаты влияния на культуру коренным образом изменили взгляды общества на обе сферы, проецирует на себя влияние культурных ценностей, личностных особенностей. Понимание этой связи, выявление форм и уровней взаимовлияния представляется возможным посредством раскрытия культурного содержания предпринимательства, что предполагает выявление и раскрытие его культурных функций.

Бизнес в современном мире представляет собой некий социальный институт, и, уже исходя из этого, он должен принимать во внимание еще на уровне решений последствия своих воздействий на более крупную социальную систему.

В настоящее время все большую значимость приобретает так называемая «этика бизнеса», функции которой заключаются в изначальном заложении в цели бизнеса гуманистического, социально-ориентированного и культурно-опосредованного характера. В связи с этим возникает проблема так называемой социальной ответственности бизнеса, позволяющей предпринимателю интегрироваться в социальную систему общества и принести ему пользу.

Следует отметить, что в поддержке бизнеса нуждаются, как правило, те направления культуры, которые не могут претендовать на самокупаемость и превращение в самостоятельный бизнес, прежде всего в силу своего эксклюзивного характера, ориентированности на относительно небольшие группы потенциальных потребителей. Но так ли значима материальная сторона вопроса? Или это уже нарочито навязанный взгляд и других взаимоотношений мы не подразумеваем.

«Живописцы, окуните ваши кисти...», – именно так называлось мероприятие, которое объединило неравнодушные сердца и послужило толчком к зарождению совершенно нового образа взаимодействия явлений культуры и бизнеса в муниципальном образовании г. Нижний Тагил. Если сейчас оглянуться назад и посмотреть сквозь ауру перенесенных переживаний и эмоций, то можно сделать вывод, что множество «шестеренок» работало в механизме больших часов, которые шли к общей цели – сплотить общество, открыть культурное богатство российского промышленного города и заложить новый уровень взглядов на возможности отношений при сотрудничестве разных сфер. Нижний Тагил – город с высококоразвитой сферой культуры. В значительной мере это обусловлено глубокими историческими корнями.

Предпринимательство – это особый вид деятельности, неотъемлемыми составляющими которого являются риск, новаторство, предприимчивость, активность. Всякая деятельность предполагает наличие некой цели, ради которой она осуществляется. Целью Открытого акционерного общества «Уральский банк реконструкции и развития» являлся традиционный поиск темы для «Круглого стола», который Банк регулярно проводит для своих клиентов, сотрудничающих с банком в рамках зарплатных проектов, чтобы обмениваться мнениями, получать обратную связь. В 2014 г. Банком было принято решение не делить клиентов по отраслям, а попробовать найти общие аспекты и интересы взаимодействия и познакомить своих клиентов друг с другом. По инициативе Банка начался поиск и разработка культурно и общественно значимых целей, как для предпринимательской деятельности, так и для всех клиентов. В итоге частичного опроса клиентов удалось прийти к общему знаменателю, что общей концепцией встречи должен стать государственный ориентир, а это не что иное, как «Год культуры в Российской Федерации»

Культура создает образ предпринимателя. То, какими личностными и профессиональными качествами должен обладать предприниматель – еще одна тема, нашедшая всестороннее освещение в рамках данного мероприятия. Путем личных бескорыстных инициатив к разработке и подготовке мероприятия подключились сами клиенты, по чистой случайности или все же жизненной закономерности, это оказались руководители из сфер культуры, искусства, образования.

Общей тенденцией стало стремление показать гостям, что есть взаимосвязь организаторов и, в частности каждого пришедшего, к культурному наследию города и современным проблемам, которые решаемы, если всем объединиться и сознавать, что роль лично каждого существенна и значима.

Рабочая комиссия по организации мероприятия, состоявшая из людей компетентных и в сфере бизнеса и в сфере культуры, пришла к выводу, что прошлое Нижнего Тагила, его культурное богатство, настолько велико, что невозможно в рамках одного вечера полноценно осветить и донести эту тему. В результате, было принято решение показать современную культурную жизнь, ее сегмент, который непосредственно нуждается в поддержке и внимании – это тагильские живописцы. При участии Павленко Людмилы Александровны – директора Уральского колледжа прикладного искусства и дизайна (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московская государственная художественно-промышленная академия имени С. Г. Строганова» и Толстобровой Ольги Анатольевны – заведующей Музеем декоративно-прикладного искусства вышеупомянутого образовательного учреждения было разработано направление по взаимодействию с художниками. На абсолютно доверительной основе, благодаря авторитету этих людей в кругу живописцев, собирались работы для информационного аспекта, украшения мероприятия с возможностью реализации по желанию гостей. Также, благодаря этим людям, гости смогли сами почувствовать себя художниками – была организована зона «хэнд мэйд», где каждый желающий мог создать себе эксклюзивный сувенир – расписать жестяной поднос, под кураторством художников. Историческую насыщенность и дух культурного наследия в сценарий вечера привнесли труды еще одного активиста и опять же клиента УБРиРа – зам. директора по научной работе Нижнетагильского музея-заповедника «Горнозаводской Урал» Фахретденовой Альфии Хусаиновны. Она открыла вниманию публики множество интересных событий из истории и культуры города. Еще один человек, который неоспоримо придавал живые и динамичные ноты, вливая свои яркие краски в сценарий вечера, стал Казаринов Алексей Леонидович – директор МБОУ СОШ № 21 «Кадетская», депутат Нижнетагильской городской Думы. Благодаря Алексею Леонидовичу мероприятие посетили первые лица города, а подготовка прошла с уче-

том профессионального подхода и потребностей клиента Банка, для кого, собственно, и было изначально задумано все событие, также он взял на себя ответственность и организовал музыкальное сопровождение вечера, не оставив без внимания и тот факт, что им была приглашена творческая группа «Блюз Лайн», которая также является «живописцем» своих музыкальных шедевров, и в столичных городах пользуется большей популярностью, чем в своем родном городе. Уютный зал, где комфортно себя чувствовали гости и достойно разместились произведения искусства – живописные полотна тагильских мастеров, был предоставлен директором МУ ДК «Юбилейный» – Кирпиченко Лидией Ивановной, которая принимала непосредственное участие в разработке сценария и организации проведения мероприятия. Банк взял на себя функцию общего куратора, в лице Заводской Светланы Александровны – начальника отдела по работе с клиентами и необходимые издержки по организации фуршета и текущих расходов.

В итоге, интересы всех участников, а по своему, в данном событии, представителей определенных сфер деятельности, переплелись так, что мероприятие, изначально создаваемое по инициативе Уральского банка реконструкции и развития, переросло в культурное событие городского масштаба, куда были приглашены руководители всех крупных организаций, обслуживающихся в банке на территории города Нижний Тагил, а это порядка 200 человек.

Художникам была предоставлена возможность выставить свои работы, часть из которых были приобретены гостями, а также Банком были куплены 5 полотен, 4 из которых были разыграны среди присутствующих. В результате люди весенним вечером 16 мая 2014 г. окунулись в атмосферу культурного пятничного отдыха, дата проведения мероприятия была выбрана не случайно – канун Международного Дня музеев. Была возможность высказать свое мнение высшему руководству банка, так как присутствовал вице-президент ОАО «УБРИР» – Овчинников Алексей Юрьевич, одновременно пообщаться с коллегами, проявить свои таланты в художественной росписи, отдохнуть в зоне фуршета под аккорды блюзовых композиций или окунуться в живописный мир истории и культуры Нижнего Тагила.

Описанное мероприятие уникально для нашего города и местной стилистики общения бизнес-партнеров. То, что в промышленном, провинциальном городе, культура которого построена на подчеркнутой суровости населения, произошло яркое культурное событие, характеризующее взаимодействия творческой элиты и бизнеса, как социально значимых сфер современного общества – показатель социализации бизнеса и создания нового круга лиц, моделирующего зарождающуюся норму поведения предпринимателей и взаимодействия общества в лице его полярных представителей. При этом главной концептуальной позицией и конечной целью стало социально-экономическое сопровождение культурного события

всеми участниками-организаторами. В проведенном мероприятии проявилась еще одна существенная культурная функция предпринимательства – организационная. Данный опыт показывает, что в бизнесе существуют требования к предпринимателю, которые предъявляет к нему культура и общество, а также те пути, которые не позволят предпринимателю стать беспринципным, обезличенным экономическим механизмом.

Н. А. Казунина

От контекстного анализа к контекстному обучению

Период начального обучения в школе – самый важный в жизни первоклассника, поэтому на подготовку к школе уходит много сил и времени. Но, к сожалению, бывает так, что ребенок при поступлении в школу умеет и считать, и писать, однако, к школе он может быть не готов. Зачастую родители и воспитатели бывают чересчур озабочены интеллектуальной готовностью ребенка к школе, однако совершенно забывают о том, что на самом деле не менее важна эмоциональная и социальная готовность ребенка к школе. Именно она обеспечит ему успешность обучения.

Таким образом, под психологической готовностью ребенка к обучению в школе понимается достижение им такого уровня психического развития, когда он оказывается способным принимать участие в школьном обучении.

Это означает, что существуют объективные причины, которые затрудняют процесс овладения учебными навыками. В основе этих причин лежит функциональная незрелость коры и регуляторных структур головного мозга.

Учебные занятия с ребенком должны быть организованы в соответствии с его (ребенка) возможностями.

Ребенок на пороге школы должен быть зрелым: физически; умственно (интеллектуально); эмоционально; социально.

Интеллектуальная зрелость – это способность концентрировать внимание, способность уловить основные связи между явлениями (аналитическое мышление); это дифференцированное восприятие, умение воспроизводить образец, а, также, достаточный уровень развития зрительно-моторной координации. Критерием интеллектуальной готовности является, также, развитая речь ребенка. Можно сказать, что интеллектуальная зрелость отражает функциональное созревание структур головного мозга.

Эмоциональная зрелость – умение регулировать свое поведение, возможность достаточно длительное время выполнять не очень привлекательное задание.

К социальной зрелости относится потребность ребенка в общении со сверстниками и умение общаться, а также способность исполнять роль

ученика. Все перечисленное является психологической готовностью к обучению в условиях школы.

Но важно обратить внимание на то, что:

80–90% детей 6–7 лет имеют те или иные отклонения в физическом здоровье;

18–20% – пограничные (негрубые) нарушения психического здоровья;

около 60% – нарушения речевого развития;

около 35% – несформированность зрительно-пространственного восприятия;

более 30% – несформированность сложно координированных движений руки и графических движений;

около 25% имеют замедленный темп деятельности (медлительные дети).

Ребенок, который не готов к школьному обучению, не может сосредоточиться на уроке, он часто отвлекается, теряет нить объяснения, не в состоянии включиться в общий ритм работы класса. Хотя моя основная работа – это работа с детьми дошкольного возраста, но мне приходится работать и со школьниками. В основном, это дети, у которых возникли проблемы при обучении в начальной школе. Очень часто у таких детей слабо развита связная речь – они не умеют задавать вопросы, сравнивать предметы, явления, выделять главное. У ребенка, который плохо подготовлен к школе, нет интереса к познанию, он не стремится к творчеству, а склонен к шаблонным решениям, он не проявляет инициативы.

Немного истории.

На Филиппинах родители определяют биологическую зрелость ребенка следующим образом: ребенок любой рукой точно через макушку головы (внимание! точно через макушку!) пытается дотянуться до противоположной от руки мочки уха. Если дотянулся, значит созрел для школы. Паспортный возраст даже не обсуждается.

В средневековом Китае и Японии зрелость ребенка определяли моментом окончания замены молочных зубов. Считалось, что только тогда ребенок «вошел в разум». Паспортный возраст даже не обсуждался. Регистрировалась только биологическая зрелость. Кстати, с этого момента ребенок полностью отвечал перед законом за свои поступки, так как «вошел в разум». Это на тему о том, наказывают ли детей в Японии.

В Египте и Древней Греции критерием школьной зрелости являлось появление гороховидной кости на запястье со стороны мизинца у ребенка. Гороховидная кость созревает у детей по-разному, в диапазоне 7–15 лет. Соответственно и его зрелость, и готовность к обучению.

В России до революции 1917 г. в классическую гимназию дети шли с 9 лет (классическое время созревания нервной системы ребенка в то время). И ориентировались на древнегреческую традицию.

Сегодня в России в школу дети идут по Закону РФ «Об образовании» «Пункт 2. Обучение детей в образовательных учреждениях, реализующих программы начального общего образования, начинается с достижения ими возраста 6 лет 6 месяцев при отсутствии противопоказаний по состоянию здоровья, но не позже достижения ими возраста 8 лет», т. е. Закон ориентирован на паспортный возраст и не учитывает школьную зрелость ребенка.

К сожалению, в классах мы часто наблюдаем проявления дезадаптации:

социальный уровень. При дезадаптации у одного ребенка будут наблюдаться сложности в поведении, другой будет испытывать переутомление и слабость, а третий откажется заниматься «назло учителю»;

физиологический уровень. Ребенок испытывает повышенную утомляемость, снижение работоспособности, слабость, жалуется на головные боли, боли в животе, нарушения сна и аппетита, это явные признаки возникших сложностей. Возможны энурез, появление вредных привычек (кусают ногти, ручки), дрожание пальцев, навязчивые движения, говорение с самим собой, заикание, заторможенность или, наоборот, двигательное беспокойство (расторможенность);

познавательный уровень. Ребенок хронически не справляется со школьной программой. При этом он может безуспешно стараться преодолеть сложности либо отказываться учиться в принципе;

эмоциональный уровень. Ребенок негативно относится к школе, не хочет туда ходить, не может наладить отношения с одноклассниками и учителями. Плохо относится к перспективе обучения.

Следовательно, проектируя учебный процесс, мы должны исходить из контекста ситуации.

В основе стандартов второго поколения заложена идея контекстного обучения, весьма актуальная и в начальной школе. Она предполагает проектирование образовательного процесса в соответствии с особенностями детского коллектива (в зоне ближайшего развития); интеграцию различных видов деятельности; активные формы обучения и контекстное содержание.

Ведущим видом деятельности в дошкольном возрасте является игра. В младшем школьном возрасте учебная деятельность является главной и ведущей среди других видов деятельности.

Но невозможно всем первоклассникам, перешагнув порог школы, поменять игру на учебную деятельность в один миг. Для этого требуется время, а учебный процесс уже идет.

Для младшего школьного возраста учение – новое и непривычное дело. Поэтому при знакомстве со школьной жизнью игра способствует снятию барьера между «внешним миром знания» и психикой ребенка. Игровое действие позволяет осваивать то, что заранее вызывает у младшего

школьника страх неизвестности, постоянно внушаемое уважение к премудростям школьной жизни, что мешает свободному освоению знаний.

Основным типом дидактических игр, используемых при начальных этапах, являются игры, формирующие устойчивый интерес к учению и снимающие напряженность, которая возникает в период адаптации ребенка к школьному режиму.

К активным формам обучения можно отнести творческие мастер-классы, учебные экскурсии, театрализацию, социальное проектирование, изучение культурных традиций, адаптивные занятия с психологом, факультативные курсы, активные перемены.

Творческие мастер-классы носят обучающий характер, формируют навыки работы с батиком, мозаикой, изготовления витражей, валяния из шерсти и т. д.

Учебная экскурсия – это активная форма организации обучения, которая позволяет проводить изучение предметов, процессов, явлений в естественных условиях.

Театрализация на английском языке погружает ребенка в языковую среду.

Адаптивные занятия с психологами гимназии в сенсорной комнате помогают снизить напряжение и активизировать психические процессы.

Основная идея контекстного содержания состоит в том, что новые знания не даются в готовом виде. Дети «открывают» их сами в процессе самостоятельной исследовательской деятельности. Они становятся маленькими учеными, делающими свое собственное открытие. Задача учителя при введении нового материала заключается не в том, чтобы все наглядно и доступно объяснить, показать и рассказать. Учитель должен организовать исследовательскую работу детей, чтобы они сами додумались до решения проблемы урока и сами объяснили, как надо действовать в новых условиях.

Контекстное содержание складывается из учебных проектов, проблемных ситуаций, практико-ориентированных заданий.

Обязательным фактором при выборе темы проекта должен быть интерес ребенка, так как процесс погружения в тему исследования возможен только через познавательный интерес ученика.

Проблемные ситуации на уроке способствуют появлению эмоционального отклика ученика, который возникает или в ситуации «удивления», или в ситуации «затруднения».

Научить ориентироваться в непростом реальном мире можно, выполняя практические, жизненные задачи, а это и есть практико-ориентированные задания. Например:

ребенок представляет себя капелькой и по схеме «Круговорот воды в природе» придумывает сказку об увлекательном путешествии;

у младшего брата на калькуляторе сломалась кнопка с цифрой «9». Объясни брату, используя приемы вычислений, как найти значение выражения $57+29$ на этом калькуляторе.

Основные задачи образования сегодня – не просто вооружить ученика фиксированным набором знаний, а сформировать у него умение и желание учиться всю жизнь, работать в команде, способность к самоизменению и саморазвитию на основе рефлексивной самоорганизации.

Е. С. Ключина

Межличностное взаимодействие как основа реализации синергетического подхода в обучении

Термин «синергетика» происходит от греческих слов содружество, сотрудничество и акцентирует внимание на согласованности действий учителя и ученика. Предметом синергетики являются механизмы самоорганизации.

Самоорганизация – умение организовать себя: на учебу, на выполнение договоренностей с собой и другими, на достижение своих целей.

Для школьников самоорганизация означает, прежде всего, умение систематизировать полученные знания, преобразовывать учебный материал, критически перерабатывать его, представлять в удобной для себя форме. Практически самоорганизация учения означает умение школьника работать без систематического контроля и стимуляции со стороны учителя. Научить школьников этому – значит помочь им овладеть обобщенными способами деятельности, то есть научить их находить «порядок в беспорядке».

Воспитание общих приемов мышления требует создание условий для целенаправленного восприятия изучаемого материала и его осмысления, для творческой переработки знаний и применения их на практике. В связи с этим в качестве принципов построения образовательного процесса выступают:

- принцип самоактуализации ;
- принцип индивидуальности;
- принцип выбора;
- принцип творчества и успеха;
- принцип веры, доверия и поддержки.

Считаем, что на уроке очень важно создать ситуацию успеха. Приятные переживания, связанные с похвалой учителя, признанием коллектива и пониманием своих возможностей возбуждают активность, стремление лучше учиться. Систематическое создание ситуации успеха учителем является одним из наиболее эффективных путей достижения ребенком успешности.

На наш взгляд, очень важен настрой ребенка на диалог с учителем, заинтересованность в нем, так как межличностное взаимодействие на уроке помогает выявить внутреннюю мотивацию ребенка к изучению материала и к учению вообще. Межличностное взаимодействие осуществляется в применении нетрадиционных приемов, форм и типов организации уроков. Предпочтение отдаем урокам креативного типа, таким как урок-противоречие, урок-фантазия, поисковый урок, урок художественного моделирования, деловая игра, урок-диспут и др.

Исходя из того, что сегодня все более популярным и признанным становится синергетический взгляд на мир, характеризующийся нелинейностью, а значит, многозначностью в трактовке и видении любого события, факта, проблемы, на своих уроках широко используем диалог, считаем, что именно диалог помогает ученикам осознать недостаточность собственного взгляда и, следовательно, приблизить ребенка к целостному видению мира.

Диалог – обмен суждениями, пояснение неясного с позиции другого, подтверждение или опровержение своей точки зрения и в целом – выход на качественно новый уровень осмысления обсуждаемой проблемы в результате своеобразного интегрирования представленных позиций.

Другими словами, диалог на уроке литературы – средство самопознания. Практика показывает, что на первом этапе среди источников получения информации о себе учащиеся более предпочитают партнеров по общению, нежели литературные источники. Следовательно, начиная работу с детьми с наиболее интересных форм (диалогических), постепенно мы расширяем информационное и деятельностное поле учащихся, что ведет к осознанию собственной потребности узнать себя. Тут важно предложить ребенку более широкий спектр средств получения информации о себе, включая литературу, потому что ему уже интересно самому разобраться в тех эмоциях, чувствах, которые рождаются в процессе чтения, чтобы соотносить свою точку зрения с авторской, с точкой зрения окружающих. И здесь уже (подчас непроизвольно) обнаруживаются собственные ошибки, заблуждения, вносятся коррективы в оценку собственной личности. Наиболее оптимальные приемы и методы создания ситуаций диалога на уроке:

- метод символического видения;
- метод сравнения версий;
- метод «Если бы...»;
- метод ключевых слов;
- метод эвристического исследования;
- метод конструирования вопросов;
- метод смысловых ассоциаций;
- прием чтения с пометками;
- прием «Закончи предложение».

Уроки креативного типа помогают формировать способности учащегося к самопознанию и самостроительству, так как школьники на уроке могут проявить активность, самостоятельность. Например, часто практикуем совместную постановку с учащимися темы и целей урока.

Важность этой работы основывается на данных психолого-педагогических исследований, которые установили, что самостоятельная вербализация (словесное оформление) постановки целей школьником обеспечивает более успешное ее достижение по сравнению с тем случаем, когда учитель сам формулирует цель. Деятельность учителя в данном случае определяется постановкой целесообразных вопросов, благодаря чему повторяется пройденный материал, учащиеся подводятся к новой теме.

Так, например, в девятом классе на уроке литературы по теме: «Черты сентиментализма в повести Н. М. Карамзина «Бедная Лиза»» учащимся предлагается прочитать высказывание Е. Осетрова «Бедная Лиза – образцовое произведение, посвященное не внешним событиям, а «чувствительной» душе» и ответить на вопросы, которые в конечном итоге позволяют ребенку самостоятельно выйти на формулировку цели урока. Или, приступая с учащимися 11-го класса к изучению темы «Рассказы И. А. Бунина о любви», вспоминаем кластер, который заполняли при изучении творчества писателей XIX века. Предлагаем добавить в него новые слова (добавляют трагизм, смерть, сомнения). Тем самым учащиеся подводятся к самостоятельному осмыслению, в чем заключается особенность изображения любовного чувства в произведениях Бунина.

Урок литературы, на наш взгляд, только тогда может состояться, если учитель сумеет освободить внутренний голос ребенка. Чтобы это произошло, предлагаем такие творческие задания, которые не оставляют учащихся равнодушными, заставляют провести аналогии с современной жизнью, задуматься над проблемами, которые близки им в силу возраста.

Стараемся создать условия ребенку для поисковой и рефлексивной деятельности, погружения в культурно-эмоциональную среду, обогащения витagenного опыта, обеспечения его самореализации в пределах реальных возможностей.

Так, при изучении образа Базарова из романа Тургенева «Отцы и дети», знакомим ребят с различными интерпретациями этого героя в литературной критике, причем стараемся выбрать диаметрально-противоположные суждения. Подобные задания практикуем и в младших классах, так при изучении повести Тургенева «Му-Му» просим ребят нарисовать главного героя Герасима, каким они его себе представляют. Потом обсуждаем рисунки, совместно решаем, чей Герасим «ближе» тургеневскому, опять обращаясь при этом к тексту. Такая деятельность по сравнению и сопоставлению образовательных продуктов (своих, культурно-исторических, учительских) часто помогает учащимся переосмыслить свои позиции.

Очень важно, чтобы ребенок понимал, что он имеет право на ошибку, на выражение собственных чувств и эмоций. Поэтому важным считаем дать понять, что его принимают таким, какой он есть, уважают любое его мнение, даже если оно существенно расходится с мнением учителя. Если учащийся будет точно знать, что его суждения будут приняты, рассмотрены, что его выступление не повлечет за собой осуждение учителя или низкую отметку, он будет открыт для общения.

В. В. Кузнецова, П. С. Ефимова

Художественное образование сельских школьников: проблемы и перспективы развития

Новый взгляд на систему ценностей в современном обществе изменяет роль художественного образования, которое сегодня становится приоритетной сферой государственных интересов. Концепция системной модернизации сельской школы России предполагает изменения во всех разделах образовательной системы на селе. В ней, в частности, указывается на необходимость опоры на богатейший опыт российской и советской школы и сохранения лучших традиций отечественного художественного образования, а также рекомендуется более полно использовать нравственный потенциал искусства как средства формирования и развития этических принципов и идеалов в целях духовного развития личности.

Система художественного образования учащихся в условиях сельского социума имеет два ведущих направления: художественное образование как часть общего образования и профессиональное художественное образование. Реализация программ художественного образования осуществляется во всех типах и видах сельских образовательных учреждений, в том числе и учреждениях дополнительного образования. В Концепции модернизации подчеркивается важность взаимодействия сельской школы с учреждениями дополнительного образования детей, «которые были и остаются одной из наиболее эффективных форм развития склонностей, способностей и интересов, социального и профессионального самоопределения детей и молодежи». Сегодня, когда идея гуманизации образования становится ведущей, когда в качестве цели образования предлагается формирование человека культуры, художественное образование на селе, с его воспитательным и образовательным потенциалом, должно стать объектом пристального внимания и глубокого реформирования.

Детская школа искусств на селе является в своем роде уникальным учреждением, которое сочетает в себе функции подготовки массового художественно-эстетического образования, с одной стороны, и обеспечивает необходимую предпрофессиональную подготовку, с другой. В самой природе детской школы искусств заложена многофункциональность, по-

сколькo только в процессе многогранной разносторонней художественной деятельности ребенок раскрывается как творческая личность.

Однако в последние десятилетия положение существенным образом изменилось. В системе художественно-эстетического образования на селе наметились ярко выраженные негативные тенденции: уменьшение контингента учащихся, снижение качества подготовки выпускников и востребованности художественно-эстетического образования в том статусе, в котором она существует сегодня. В то же время, существующие сегодня подходы к художественно-эстетическому образованию делают решение этих проблем практически невозможным.

Выявленные проблемы обусловили необходимость качественного преобразования художественно-эстетического образования сельских школьников, поиска новой модели образовательных учреждений, отвечающих современным требованиям. Основой преобразований, как указано в Концепции системной модернизации сельской школы России, должна стать ориентация на личность, ее становление, развитие, самоактуализацию и самореализацию. Данный подход предполагает распространение идей гуманизма на содержание, формы и методы художественно-эстетического образования, обеспечение свободного и всестороннего развития личности средствами искусства; включение учащегося в жизнь сельского социума, в частности, посредством активной просветительской деятельности; формирование у детей отношения к человеческой личности как высшей ценности в мире.

Исследование позволило выявить наиболее важные «болевыe точки» и обосновать неотложность решения актуальных проблем художественно-эстетического образования в сельской школе искусств, некоторые из которых обусловлены исторически, другие продиктованы реалиями современности:

1) несоответствие социальному заказу. Сегодня родители и дети предъявляют к художественно-эстетическому образованию совершенно другие требования, нежели 20–30 лет назад. В большей степени востребовано общее эстетическое развитие, а не профессиональное художественное образование, что обуславливает необходимость разработки новых подходов к художественному образованию сельских школьников;

2) проблема набора. Тенденция без конкурсного набора, наметившаяся в последние годы, привела к тому, что в школах оказались дети с самым разным уровнем способностей. Однако сельские школы искусств на данном этапе не могут предложить учащимся достаточного количества вариативных образовательных программ и обеспечить личностно ориентированный подход к каждому учащемуся.

3) проблема отсева. Низкая заинтересованность учащихся в продолжение обучения приводит к значительной потере контингента в большинстве детских школ искусств;

4) проблема педагогических кадров. Научно-методический потенциал сельских школ искусств в настоящее время не отвечает современным актуальным требованиям. Анкетирование, проведенное в детских школах искусств Горнозаводского округа также позволяет констатировать низкую мотивированность преподавательских кадров к осуществлению научной, методической деятельности, повышению собственной квалификации и реализации личностно ориентированного подхода к художественному образованию сельских школьников, актуализацию духовно-нравственного потенциала культурного наследия региона.

Выявленные проблемы определяют необходимость обращения к вопросу повышения качества художественного образования на селе. Проектирование системы художественного образования в условиях сельского социума мы рассматриваем на основе информационного, управленческого и организационно-методического блоков.

Информационный блок включает:

информацию об инновационной деятельности в области художественного образования сельских школьников (сбор, анализ, систематизация информационных материалов по данному направлению);

информацию о потенциальных возможностях сельской школы по овладению современными художественно-эстетическими образовательными технологиями (на основе анализа по всем направлениям деятельности);

данные мониторинга по овладению личностно ориентированным подходом к художественному образованию на селе (оперативное информирование всех участников образовательного процесса);

нормативную документацию, обеспечивающую обоснование личностно-ориентированного подхода к художественному образованию в сельской школе искусств (обеспечение своевременного поступления нормативной документации руководящих организаций; повышение культуры организации документационного пространства внутри школы; создание форм оперативного реагирования на новые нормативы).

Управленческий блок включает:

совершенствование планово-прогностической деятельности с целью выстраивания личностно ориентированной стратегии развития художественного образования в сельской школе искусств (создание Программы развития школы; совершенствование форм текущего планирования);

развитие мониторинговой деятельности по всем направлениям образовательного процесса для отслеживания динамики освоения личностно ориентированного подхода к художественному образованию в школе искусств (формирование системы мониторинга как базы развития и инновационной деятельности; создание аналитической службы школы);

совершенствование организационной структуры управления школой искусств с целью обеспечения условий для внедрения личностно ориентированных образовательных технологий (оптимизация структурно-функ-

циональной системы управления школой в соответствии с современными требованиями; оптимизация функциональных обязанностей административных работников школы в соответствии с инновационным характером деятельности образовательного учреждения);

координирование всех видов организационной деятельности с целью создания условий для освоения личностно ориентированного подхода к художественному образованию в ДШИ (активизация функциональных связей между всеми ветвями организационной деятельности вокруг общей концептуальной идеи развития образовательного учреждения – гуманизации художественного образования в условиях сельского социума и вхождения в новую, личностно ориентированную образовательную парадигму).

Организационно-методический блок предполагает:

отслеживание динамики профессиональной компетентности преподавателей в процессе освоения личностно ориентированного подхода к художественному образованию в сельской школе искусств (методическая грамотность, профессиональная информированность, характер и степень профессиональных затруднений, отношение к инновационной деятельности);

повышение профессионально-педагогической компетентности с целью овладения личностно ориентированными образовательными технологиями в области художественной педагогики (совершенствование системы повышения квалификации; формирование методической службы);

создание условий для профессиональной и творческой деятельности преподавателей в процессе освоения личностно ориентированного подхода в художественной педагогике (организация научных конференций, педагогических чтений, семинаров-практикумов, конкурсов профессионального мастерства, творческих мероприятий).

Реализация каждого блока связана с решением определенной задачи и разработкой специфических средств, отражающих художественные особенности каждого сельского населенного пункта. Работа в данном направлении позволит внедрить в практику модель художественного образования сельских школьников, вывести сельскую школу искусств на новый уровень своего развития и создать условия для достижения высокого качества художественного образования в условиях сельского социума.

С. Э. Ли, Я. Э. Ли

Этническая культура личности: аспекты становления и развития

В начале прошлого столетия мыслители – ученые, литераторы, общественные и политические деятели – полагали, что этнические отношения будут терять свое значение в жизни людей вследствие процессов модернизации, индустриализации, развития гражданского общества и личного индивидуализма.

События последних лет показали, что человек не исключает себя из различного рода этнических сообществ, а термины «этнос» и «этничность», которые были известны до недавнего времени только узкому кругу специалистов, прочно вошли в общественный и политический лексикон.

Причина интереса к проблемам этноса и этничности объясняется тем обстоятельством, что этнические отношения стали играть значительную роль в общественной жизни многих государств и народов, поэтому игнорировать их было просто невозможно.

Сама жизнь опровергла господствовавшее с начала XX столетия в мировом общественном мнении и этнологической науке убеждение, что фактор этничности будет постепенно терять свое значение в жизни людей вследствие процессов модернизации, индустриализации, демократизации развития общества.

Историческая практика показывает, что этничность усилила свою роль в современной социальной, политической и культурной жизни государств и народов.

Однако в мировой этнологии до настоящего времени не сложилось общепринятого понимания сущности этноса и этничности, более того, они порой полярно противоположны. Как одновременно и рациональные, и иррациональные явления, этнос и этничность сложны по своей сути. Только совокупность выработанных взглядов может приблизить представление о них к реальности.

Термин «этнос» (ethnos) появился в древнегреческом языке, где имел несколько значений, в том числе: племя, группа людей, иноземное племя, язычники, стадо, род и др. После VI–V веков до н. э. господствующим значением этого слова становится «племя, народ негреческого происхождения» («негреческое племя»). Так оно вошло в римскую культуру и латинский язык, а производное от него прилагательное «этнический» (ethnicos) использовалось в библейских текстах в смысле «языческий», «нехристианский» [2].

До конца XVIII века употребление понятия «этнос» было очень ограниченным, а в XIX веке этот термин стал применяться в научной литературе в значении «народ». Во многом это заслуга известного немецкого этнолога А. Бастиана, который рассматривал понятия «народный» и «этнический» как синонимы, а под понятием «этнический» подразумевал культурно-специфический облик народа.

Значительный вклад в разработку теории этноса в начале XX века внес русский этнограф С. М. Широкогоров, который считал, что этнос – это форма развития и существования человечества [6]. С середины XX века в научном обиходе оказывается значительное количество этнологических терминов. В англоязычной литературе широкое распространение получил термин «ethnicity» (русский перевод – «этничность»). Наряду с этим термином за рубежом стало использоваться понятие «ethnic» для обозначения представителя определенной этнической группы.

В отечественной науке термин «этнос» употреблялся со значением «народ». Кроме этого, для обозначения различных форм этнических общностей и отношений употребляются и производные от этого слова термины (этникос, этносоциальный организм и т. д.). Среди них часто используется понятие «этничность» как совокупность характерных культурных черт или идентичностей.

Анализ этнологических теорий и концепций позволяет сделать вывод, что этнос представляет собой биосоциальную общность людей, обладающую этнодифференцирующими признаками.

Осознание собственной этнической идентичности не является самопроизвольным и беспричинным актом, оно детерминировано конкретными общественными потребностями и проявляется по-разному.

Исходя из этнической идентификации человек избирает форму взаимодействия с людьми другой этнической принадлежности. В зависимости от сочетания причин и условий она может проявляться от фанатизма, который сопровождается готовностью идти на любые жертвы ради доминирования в обществе своих интересов и целей, до этнонигилизма в форме космополитизма [3].

Идентичность тесно связана с так называемой «Я-концепцией», которая предполагает, что у индивида существует некое внутриличностное «Я», которое отбирает и интегрирует всю значимую и отбрасывает всю незначимую информацию. Культурная ценность этнической идентификации высока, так как дает личности большую возможность самореализации, чем любые другие социальные группы [5].

Важно заметить, что каждое общество накапливает опыт взаимодействия с внешней средой. Его приобретение, хранение и передача – условия существования коллектива. Эта информация усваивается в процессе социализации и инкультурации, благодаря стереотипизации поведения.

Понятие стереотипа поведения близко к понятию социальной нормы – исторически сложившегося правила поведения и оценки действий человека (плохо – хорошо). Но в отличие от нормы стереотипы поведения стандартизируют также и неправильное поведение. Стереотипы поведения диктуют как форму, так и содержание действий. Они не нуждаются в мотивации. Стереотип выполняет роль программы поведения, которая реализуется в конкретных обрядах и обычаях, труде и отдыхе, праздниках и способах воспитания, оскорблении и наказании и т. д. В идеале стереотип и его реализация должны совпадать, но реально между ними всегда есть расхождение, причем каждое общество вырабатывает свои стандарты строгости и терпимости к нарушениям в разных сферах поведения [5].

Из всего многообразия этнических стереотипов этнология выделяет группу стереотипов восприятия, под которыми обычно понимается упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный и чрезвычайно устойчивый образ какой-либо этнической группы или общности, распро-

страняемый на всех ее представителей. С помощью этнических стереотипов формируется значительная часть представлений о разных народах.

Содержание этнических стереотипов определяется тремя группами факторов [4]:

особенностями этнической группы, закрепленными в культуре и обыденном сознании ценностями, выработанными в ходе исторического развития;

социально-политическими экономическими условиями развития этнических групп и особенностями взаимоотношений между ними, сложившимися на данный момент;

длительностью и глубиной исторических контактов с другими этносами.

Как и любой другой вид социальных стереотипов, этнический стереотип может описывать как собственную, так и другую этническую группу. Особенностью первых является стремление этнической общности внести в их содержание черты идеала собственного этноса, подчеркнуть наиболее самобытные качества национального характера. Например, группы с более высоким статусом в экономической сфере характеризуют себя как компетентные и добившиеся экономического успеха, а группы с более низким статусом – как отличающиеся добротой, сердечностью, гуманностью и т. п.

Изменения в жизни этноса обуславливают коррекцию норм поведения, социально-психологических установок и этнических представлений. В качестве факторов изменения поведения этнической группы могут выступать исторические, экономические, политические, демографические, религиозные, а также особенно обострившиеся в последнее время экологические и технические факторы. Этнические стереотипы поведения так же динамичны, как и сам этнос [1].

В отличие от этнического стереотипа поведения этнический образ представляет собой форму краткого описания, в котором выделяется какое-то одно типическое качество и которое основывается на чувственном восприятии представителей других этносов. Этнический образ, акцентируя внимание на какой-либо специфической черте внешнего поведения, формирует общее представление об облике представителей того или иного этноса в целом.

Этнический образ представляет собой довольно сложный элемент этнического сознания, поскольку в том или ином физическом типе человека обобщаются территориальные, общественно-исторические и культурные особенности жизни целого этноса. В конкретном этническом образе происходит персонификация одновременно и народа, и страны его проживания. При этом определяющую роль в формировании этнического образа играют пространственно-временные и вещевые факторы, фикси-

рующие особенности данного этноса, и совсем незначительна в этом роль языка [3].

Очень важное место в формировании этнического образа занимает нрав, т. е. зона ненормированных проявлений темперамента и психических состояний: любви, ненависти, ревности и т. д. Этнический образ служит своего рода эталоном, в соответствии с которым человек мотивирует свое поведение и ожидает определенного типа поведения от этнических прообразов.

Этнические образы существуют и работают в межкультурных контактах. Мы склонны воспринимать человека прежде всего в рамках этнического образа и очень удивлены, если конкретный человек из этого образа выбивается. Поэтому ориентация в межэтнических отношениях только на этнические образы может привести к большим ошибкам. Тем не менее, вступая в контакт с представителями другого этноса, желательно знать этнический образ своего народа в глазах других, ведь именно в рамках этого образа нас будут встречать при первых контактах.

Помимо этнических образов других народов у каждого народа есть и собственный этнический образ. Например, образ русского, созданный на основе опросов среди самих русских [4]:

ориентация на коллективность – гостеприимство, взаимопомощь, щедрость, терпимость, открытость, доверчивость по отношению к другим народам;

ориентация на духовные ценности – стремление к справедливости, совестливость, альтруизм, широта души, правдивость, оптимизм, мудрость, талантливость, поиск абсолютной истины;

ориентация на идолопоклонство – сотворение кумиров, чинопочитание, верноподданничество, управляемость, конформизм;

ориентация на лучшее будущее – «все образуется само собой», неуверенность в себе, установка на «авось», необязательность, беспечность, безответственность, бесхозяйственность, неорганизованность, лень, непрактичность, выносливость, фанатизм;

ориентация на быстрое решение жизненно важных проблем – умение собраться в экстремальной ситуации, трудовой героизм, жертвенность, удаль, трудолюбие, привычка к авралу.

Ориентация на этнические стереотипы способна осложнить и без того непростые межэтнические отношения, которые, к сожалению, редко обходятся без эксцессов. Каждому этносу, как и каждому отдельному человеку, свойственен полный набор социальных, этнических и психологических характеристик. Другое дело, что степень выраженности тех или иных качеств у разных этносов различна. Это и является объективным основанием для формирования этнического образа каждого конкретного народа.

Все вышеизложенное позволяет говорить, что реалии нашего времени требуют от подрастающего поколения знаний не только националь-

ных и культурных особенностей региона проживания, но и мирового пространства в целом. Их отсутствие в условиях глобализации экономики и культуры ведет к ограничению возможностей человека, а при решении вопросов взаимодействия выявляет его несостоятельность.

В связи с чем при организации образовательного процесса следует учитывать многомерность этнических характеристик социокультурного пространства, а пребывание в обществе требует осознания своего места в этнических сообществах разного уровня.

Библиографический список

1. Арутюнов С. А. Народы и культуры. Развитие и взаимодействие. М. : Наука, 1989.
2. Бромлей Ю. В. Очерки теории этноса. М. : Наука, 1983.
3. Волков Г. Н. Этнопедагогика. М. : Академия, 1999.
4. Садохин А. П., Грушевицкая Т. Г. Этнология. М. : Академия, 2000.
5. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. М. : Академический проект, 1999.
6. Широкогоров С.М. Исследование основных принципов изменения этнических и этнографических явлений. Шанхай, 1923.

М. Ф. Максимов

Роль отечественной культуры в военно-патриотическом воспитании подростающего поколения в новых экономических условиях

Отечественная культура своими корнями уходит в подсознательное чувство родного. Это чувство – корневое, оно из самых древних и самых сильных. Из него вырастают традиции и национальная идентичность, преемственность поколений, семья и Родина. Оно синкретично и целостно. В нем этнонациональные, кровнородственные, этнокультурные, нравственные, эстетические и религиозные чувства сливаются в трудновыразимый духовный трепет и интенсивно побуждают к служению своему Отечеству.

Служение есть добровольное посвящение человеком своей жизни и своих сил высшему и совершенному. Воинское служение, как никакое иное, полно самоотверженности и трагедии. Высшее и родное защищают словом, делом и мечом. Проблема национально-культурной идентичности переходит по существу в проблему духовно-нравственного состояния вооруженных сил и предстает как вопрос об этике воинского служения. Чью армию я считаю своей – такова моя идентичность (И. А. Ильин). В данном контексте И. А. Ильин советовал вселять в юные души образ армии: «Армия есть сосредоточенная волевая сила моего государства, оплот моей родины; воплощенная храбрость моего народа, организация чести, самоотверженности и служения – вот чувство, которое должно быть передано подростку его национальным воспитателем. Подросток должен научиться переживать успех своей национальной армии как свой личный успех; его сердце

должно сжиматься от ее неудачи; ее вожди должны быть его героями; ее знамена – его святынею. Сердце человека вообще принадлежит той стране и той нации, чью армию он считает своею. Дух воина, стоящего на страже правопорядка внутри страны и на страже родины в ее внешних отношениях, отнюдь не есть дух „реакции“, „насилия“ и „шовинизма“, как думают иные даже до сего дня. Без армии, стоящей духовно и профессионально на надлежащей высоте, – родина останется без обороны, государство распадется и нация сойдет с лица земли. Преподавать подростку иное понимание, значит содействовать этому распаду и исчезновению» [3, с. 207].

Военная история – яркое свидетельство того, что во все времена героизм, мужество защитников Отечества, мощь и слава русского оружия были неотъемлемой частью величия Российского государства, гарантией целостности, суверенитета и независимости родной земли. Поэтому среди приоритетных задач в системе воспитания подрастающего поколения следует назвать формирование патриотического сознания, чувства гордости за принадлежность к Вооруженным силам Российской Федерации, ответственности за судьбу Отечества и его военной организации.

Воспитание и обучение молодежи в любой стране является определяющим элементом в деятельности государства, его важнейшей функцией. В условиях коренного обновления российского общества, когда меняются нравственные, духовные и материальные ценности граждан, в первую очередь молодежи, важно приобщить ее к нашей истории, духовной культуре, формировать у молодых людей высокие патриотические чувства, верность конституционному и воинскому долгу по защите Отечества.

Система военно-патриотического воспитания призвана способствовать всемерному привлечению граждан к решению общегосударственных задач, развитию у них государственного мышления, умению действовать в соответствии с национальными интересами [2]. Одной из эффективных форм работы в этом направлении является организация деятельности оборонно-спортивных лагерей, обеспечивающих:

- создание специальной воспитательной среды на основе отечественных историко-культурных традиций;

- развитие и закрепление у подростков практических навыков в условиях, приближенных к армейским, что способствует формированию у подростков гражданско-патриотических чувств;

- формирование знаний в области нравственной, правовой и политической культуры, а также профессиональной ориентации и пропаганды военных профессий;

- создание условий для личностного развития подростков, их адаптации к жизни в обществе, личностного самоопределения, соотнесения жизненных планов с исторически сложившейся системой ценностей.

Программа оборонно-спортивных лагерей представляет собой оздоровительную лагерную смену, в рамках которой реализуется программа

военно-патриотического воспитания подростков на основе комплекса образовательно-воспитательных и физкультурно-оздоровительных мероприятий, направленных на развитие у подростков любви к Отечеству, и готовности к активному участию в деле его укрепления и защиты [1].

Содержание программы лагеря направлено на решение следующих задач:

- способствовать приобретению и практическому закреплению знаний, умений, навыков по общевоинской подготовке, действий в чрезвычайных ситуациях;

- содействовать формированию личных качеств, необходимых на военной службе, в чрезвычайных ситуациях и экстремальных условиях;

- перестроить сознание допризывника, сформировать необходимые установки на предстоящую службу, вызвать интерес, стремление, безусловно положительное отношение к ней, выработать мотивацию, которая бы проявлялась на всем протяжении армейской службы;

- развивать инициативу и самостоятельность подростков на основе игровой и общественно-полезной деятельности;

- сформировать актив подростков по организации и проведению оборонно-спортивных игр;

- развивать у подростков важнейшие физические качества, укреплять их здоровье путем подготовки и сдачи нормативов, участие в походах, спортивных праздниках и т. д.;

- обновить содержание патриотического воспитания и подготовки подростков к службе в Вооруженных Силах, адаптировать его к требованиям современной армии.

В настоящее время значительную помощь в формировании мотивационно-ценностного отношения подростков к службе в армии оказывают командиры и личный состав воинских частей, а также военные комиссары. Прочно вошло в практику закрепление воинских частей и военно-учебных заведений за общеобразовательными школами, колледжами и трудовыми коллективами для оказания им помощи в организации оборонно-массовой работы и осуществлении военно-патриотического воспитания. В этих целях в воинских частях и в военно-учебных заведениях проводятся дни открытых дверей, проводятся совместные тематические вечера, военно-спортивные мероприятия. Военнослужащие ведут занятия в военно-патриотических клубах, школах, оказывают помощь в организации военно-технических кружков, военно-спортивных секций и различных военно-патриотических объединений.

Библиографический список

1. *Беспятова Н. К.* Военно-патриотическое воспитание детей и подростков как средство социализации. М. : Айрис-пресс, 2006.

2. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2006–2010 годы». М. : Росвоенцентр, 2005.

3. Ильин И. А. Путь духовного обновления // Ильин И. А. Собр. соч. : [в 10 т]. М. : Знание, 1993. Т. 1.

Е. Б. Максимова

Синергетический подход к реализации социального проектирования в образовательной практике

Сущность синергетического подхода в образовании можно рассматривать как процесс самоорганизации, ориентированный на самовоспитание, самообразование, саморазвитие личности.

Одним из методов, реализующей синергетический подход в образовании, является метод проектирования, который по-разному звучит в работе каждого педагога.

Анализ теории и школьной практики свидетельствует, что целесообразно начинать работать над проектами еще в начальной школе. Ведущая деятельность ребенка в возрасте 6–10 лет – учебная. Поэтому не случайно большинство проектов в начальных классах связано с содержанием учебных дисциплин.

Опыт работы показывает, что при использовании проектного метода на уроках в начальных классах эффективна следующая его вариация: от недолговременных проектов к долговременным, от личных проектов к групповым.

Начиная работу в данном направлении, главное – заинтересовать обучающегося. Для этого нужно четко определить, зачем выполняется тот или иной проект, чему могут научиться школьники, что именно должен делать каждый участник работы (и ученики, и руководитель), чтобы достичь целей, поставленных в самом начале работы над проектом.

В процессе выполнения проекта выделяется три этапа:

Первый этап – разработка проекта – является наиболее трудным для детей. При его планировании особое внимание уделяется мыслительному прогнозированию, созданию замысла в соответствии с поставленной целью.

Второй этап работы связан с практической реализацией проекта. На этом этапе вносятся необходимые корректировки в содержание проекта. Идет практическая деятельность общественно полезного характера.

Третий этап – защита проекта. Его главная цель – это анализ полученного результата, который должен соответствовать поставленной цели.

В проектной деятельности важно, чтобы каждый учащийся был задействован. Готовясь к такому уроку, необходимо четко определить, что именно должен делать каждый участник проекта, чтобы достичь цели, поставленной в самом начале работы. Работа над проектом в этом случае превращается в пошаговое достижение поставленной цели. От учителя

требуется умелое подведение к проблеме, умение заинтересовать, мотивировать детей. Необходимо создать условия для выдвижения детьми гипотезы и ее решение.

Помимо учебного проектирования особую значимость имеет социальное проектирование, ориентированное на формирование гражданской позиции школьника.

В контексте синергетики задача социального проектирования состоит в том, чтобы создавать и поддерживать условия для интеллектуальной и творческой самореализации каждой личности, формировать способность к осуществлению профессионально-личностного выбора.

Социальное проектирование решает несколько задач: сплочение коллектива детей и родителей; ориентирование коллектива на общественно-полезные дела; развитие самостоятельности учащихся.

Выступая сложным системным образованием, оно включает в себя:
социальную пробу;
социальные практики;
социальный проект.

Объектами социального проекта могут быть: социальные явления, социальные отношения, социальные институты и учреждения и социальная среда.

Логика всего социального проектирования – это план действий и практические шаги по выполнению плана, в результате реализации которых учащиеся приобретают социальные знания, у них формируется положительное отношение к базовым общественным ценностям, приобретается опыт самостоятельного общественного действия.

По данным педагогов и психологов проектная деятельность влияет на развитие личностных качеств ученика. Это подтверждается результатами психолого-педагогической диагностики: уровень учебной и трудовой мотивации возрастает; становится адекватной самооценка; наблюдается положительная динамика качества знаний. Практика показывает, что проектная деятельность, где включены в сотрудничество ученики и учитель создает ситуацию успеха, радости, удовлетворения, способствует формированию у ребенка положительной самооценки.

Синергетический подход в данном контексте – это не новая идеология. Этот подход лишь пытается обнаружить закономерности в процессе развития личности, позволяет управлять процессом социального проектирования. Результатом такого подхода является продуктивность учащихся.

Концептуальные аспекты формирования герменевтической компетентности будущих юристов

Происходящие изменения в области целей и ценностей образования, соотносимые, в частности, с глобальной идеей гуманизации, информатизации, социализации и компетентностного подхода вызывают необходимость постановки вопроса об обеспечении в образовании более полного, лично и социально значимого результата. Конечным результатом образования, в том числе и высшего, является социально развитая, мобильная и конкурентоспособная личность, способная адаптироваться к социально-экономическим изменениям социума и найти свое место в современном обществе на основе ценностно-смысловых установок. В качестве общего определения такого интегрального феномена, как «результат образования», выступило понятие «компетентность», объединив мотивационно-ценностные, когнитивные, рефлексивные, деятельностные составляющие развития личности в образовательной системе.

Теоретическое осмысление данной проблемы в контексте профессиональной подготовки будущих юристов вызвало необходимость рассмотрения сущностной характеристики таких понятий, как «компетентность» и «герменевтическая компетентность». В научной литературе рассматриваются два термина, этимологически связанные с английским словом «Competence»: компетенция и компетентность. Логика нашего исследования предполагает разграничение данных понятий. Под компетентностью нами понимается совокупность личностных качеств, обеспечивающих эффективную реализацию компетенций. На основе анализа психолого-педагогической литературы (Э. Ф. Зеер, И. А. Зимняя, А. К. Маркова, А. В. Хуторской) можно сделать вывод: для различных интерпретаций понятия «компетентность» общим является то, что все ученые видят в его основе действие.

Понимание компетентности включает: а) помимо общей совокупности знаний еще и знание возможных последствий конкретного способа воздействия, уровень умения и опыт практического использования знаний; б) знания человека, которые выступают потенциалом, научно-практическим багажом, но привести их в действие могут лишь дополнительные факторы. Значит, компетентность – это не только наличие знаний и опыта, но и умение распорядиться ими при реализации своих функций; в) качества личности, позволяющие эффективно и адекватно ситуации осуществить реализацию своих знаний и умений.

Следовательно, компетентным будет тот, чья деятельность, действия, поведение адекватны появляющимся проблемам, в чьей деятельности реализуются соответствующие способности, наклонности индивида.

Природа компетентности такова, что она, будучи продуктом обучения, не прямо вытекает из него, а является следствием саморазвития индивида, его не столько технологического, сколько личностного роста, следствием самоорганизации и обобщения деятельностного и личностного опыта [3]. Такая характеристика компетентности органично связана с понятием «герменевтическая компетентность». В данном контексте важно остановиться на сущности герменевтики как учения о понимании и истолкованию.

Герменевтика (греч. *hermeneutikos* – разъясняющий, истолковывающий) – учение об истолковании; теория интерпретации и понимания текстов [1]. Герменевтику в системе правовой деятельности будущих юристов мы рассматриваем как выявление и обоснование значимости истолкования и интерпретации представленной информации, понимания и постижение информационной реальности через рефлексивное осмысление богатейшего ценностно-правового опыта социума.

С герменевтико-интерпретационных позиций понимание действительности носит эвристический и поливариативный характер, обусловленный помимо логико-научного бесконечным множеством субъективных факторов. Предмет интерпретации представляет собой интегративное образование, включающее в себя заданную содержательную правовую проблему или задачу (предмет познания) и рефлексивно с ними связанный субъективно-индивидуальный образ проблемной ситуации, складывающийся в сознании под воздействием профессиональных знаний, личного жизненного опыта и социального фона.

Герменевтическое направление в условиях профессиональной подготовки будущих юристов сегодня разрабатывается с целью определения методов и приемов, способствующих приближению, к наиболее полному и всестороннему постижению обучающихся социокультурной правовой реальности в целом в контексте взаимодействия аффективных и интеллектуальных начал деятельности на основе соединения рационального и иррационального в познании и понимании правовой информации в окружающей действительности.

Значимость формирования герменевтической компетентности будущих юристов обусловлено тем обстоятельством, что в центре герменевтического учения находится проблема понимания, которая имеет уникальное значение, так как затрагивает интересы всех структур современного общества и объединяет в единой целевой установке всех субъектов правовой деятельности. Использование герменевтики в процессе профессиональной подготовки кадров в юриспруденции позволит актуализировать потенциал информационно-правовых ресурсов и решать следующие профессиональные задачи: умение находить в тексте главный элемент; развитие проблемного видения, самостоятельности суждений; умение концентрировать внимание и мыслительную активность; развитие потребности постичь источник поставленной проблемы, ее суть; умение устанавливать

структурные связи между элементами правовых знаний; умение проникать в противоречивую сущность постигаемых явлений, видеть отношения единства и противоположности их сторон [2].

Процесс формирования герменевтической компетентности будущих юристов как совокупность средств преобразования исходной информации в ценностную, реализующую поставленные правовые цели, можно подразделить на три этапа: поиск необходимой информации; осознание ее смысловой и ценностно-правовой составляющей; представление результата и его правовая оценка.

Структуру герменевтической компетентности будущих юристов мы рассматриваем как единство следующих компонентов: когнитивного, ценностно-смыслового и деятельностно-операционного.

Когнитивный компонент – включает в себя знание различных источников информации, форм и методов работы с информацией, знание поисковых информационных систем, поиск и сбор образовательной информации, разработку творческого проекта, владение методами анализа, синтеза и обобщения информации, умение представлять, презентовать информацию, умение технологизировать работу с информацией, умение выбирать оптимальное решение. Ценностно-смысловой компонент – включает в себя осознание будущим специалистом ценности работы с информацией, мотивацию на поиск значимой информации, понимание значения использования информационных технологий, стремление к самообразованию, ценностно-смысловую установку при работе с информацией, ценностное отношение к информации. Деятельностно-операционный компонент – включает в себя умение проводить самоконтроль, рефлекссию результатов процесса работы с информацией, взаимодействие при передаче информации, коммуникацию и совместную деятельность, осознание и критический анализ информационной деятельности, создание творческих проектов.

Основываясь на вышеизложенном, герменевтическую компетентность будущих юристов можно рассмотреть как интегральное качество личности, проявляющееся в общей способности и готовности будущего специалиста к деятельности в информационно-правовой среде, основанной на интеграции знаний и опыта, а также ценностно-смысловых установках, которые приобретаются в процессе обучения и социализации и ориентированы на самостоятельную и конструктивную информационно-аналитическую деятельность, направленную на анализ, трактовку, понимание и интерпретацию текста в социально-правовом контексте.

Библиографический список

1. Абдуллин А. Р. Философская герменевтика : исходные принципы и онтологические основания. Уфа, 2000.
2. Закирова А. Ф. Теоретические основы педагогической герменевтики : [монография]. Тюмень : Изд-во ТюмГУ, 2001.
3. Зеер Э. Ф. Компетентный подход к образованию // Образование и наука. 2005. № 3.

Социокультурные аспекты бизнеса: благотворительность, меценатство, социальная ответственность

Развитие нашего общества в настоящее время характеризуется существенными изменениями в политической, социально экономической и культурных сферах. К ним, в частности можно отнести появление безработицы, увеличение категорий нуждающегося населения, недостаточное финансирование со стороны государства науки, образования и культуры. Все это приводит к развитию негосударственных форм поддержки социальной сферы. В силу этого требуется особое осмысление таких феноменов, как благотворительность и меценатство.

Явление благотворительности в значительной мере характеризует любое общество, нацию, государство, их экономическое, социальное, духовно-нравственное состояние, степень зрелости гражданского общества и многие другие характеристики цивилизационного развития. Зарубежный опыт показывает, что крупная системная благотворительность – дело не коллективных образований, а именно отдельных «больших людей», сделавших имя и состояние в бизнесе. История развития благотворительности в России шла по тому же пути [3]. Институт меценатства в нашей стране сложился давно, и одна из важнейших особенностей меценатов состояла в том, что они были не просто состоятельными людьми, но людьми, имеющими свое дело, приносящее хороший доход. На современном этапе развития благотворительной деятельности имена благотворителей уже не так звучны, как те компании, которыми они владеют и от «лица» которых оказывается благотворительная помощь. Несомненно, то, что нельзя отрицать роль благой воли отдельных людей, но так же неоспорима роль организаций, без которых крупная системная благотворительность была бы не возможна.

В последние годы благотворительность, осуществляемая предпринимательским сектором экономики, все чаще рассматривается в рамках социальной ответственности бизнеса. Подмена понятий происходит как в быденном, так и в научном понимании: оба понятия сосуществуют в научной литературе, в политической, экономической и социальной терминологии, в высказываниях публичных деятелей. Стоит отметить, что в теории управления организации социальная ответственность бизнеса включает в себя благотворительность как одно из направлений деятельности коммерческой организации [1]. С позиции социологии благотворительность в рамках социальной ответственности бизнеса может рассматриваться как корпоративная форма благотворительной деятельности коммерческой организации.

Благотворительность в узком смысле – оказание частными лицами или организациями безвозмездной помощи нуждающимся людям или со-

циальным группам населения [4]. В широком смысле – безвозмездная деятельность по созданию и передаче финансовых, материальных и духовных ценностей (благ) для удовлетворения насущных потребностей человека, социальной группы или более широких общностей, попавших в трудную жизненную ситуацию.

История благотворительности развивалась от подаяния милостыни до системы законов и других актов, где юридически закреплялось существование данного явления как важнейшего направления общественной жизни. Объектами благотворительности и милосердия во всем мире традиционно являются люди, страдающие от тяжелых недугов, инвалидности, имеющие ограниченные возможности для жизни и деятельности, а также дети и взрослые, чье развитие существенно отличается от общепринятой нормы.

В российских условиях благотворительность имеет особенно явный доминирующий нравственный акцент. Во-первых, как особая моральная ответственность – проявление особенности российского духовного опыта и ментальности [2]. В этом контексте благотворительность есть социальный долг (стыдно быть богатым) и потребность замолишь грехи. Во-вторых, как свидетельство социальной надежности фирмы, которая создана не с целью извлечения сверхприбыли с последующей самоликвидацией.

В современной российской благотворительности особую роль играют банки, чему имеется ряд причин:

- отсутствие развитой традиции новой благотворительности (в дореволюционной России благотворительность была чрезвычайно развитой);
- экономические трудности фирм, занятых производственной деятельностью;

- особая позиция банков в экономической реформе как структур, располагающих значительным капиталом и во многом определяющих стратегию экономического и социального развития на местах.

Действительно достаточно сравнить в этом плане банки со сферой торговли, в которой действуют пока преимущественно мелкие фирмы, не очень озабоченные работой над собственным имиджем. Да и менталитет работников торговли современной России не ориентирует его носителей на благотворительность.

Российские банки выделяют деньги в качестве благотворительности на следующие виды деятельности (в порядке сложившихся приоритетов):

- оказание помощи детям (в том числе медицинской), особенно организациям, работающим с детьми служащих данного банка;

- помощь религиозным организациям;

- помощь медицинским учреждениям;

- помощь учреждениям и организациям, коллективам культуры и искусства;

- помощь инвалидам;

помощь учебным организациям и учреждениям;
помощь малоимущим/пенсионерам/ветеранам;
помощь спортивным учреждениям и организациям;
индивидуальная помощь частным лицам.

Развитие благотворительности в России сталкивается с рядом трудностей, причем, преимущественно, ментального характера, обусловленных особенностями российского духовного опыта и общественного сознания [4]. Так, достаточно распространен своеобразный порог «униженности просить». На это накладывается и стереотип оценки больших денег как феномена безнравственного («от трудов праведных не наживешь палат каменных»). Немаловажно и то, что банкиры и творческая интеллигенция до сих пор образуют практически не вступающие в широкий социальный контакт «круги общения», что порождает взаимонепонимание, недоверие («стыдно просить мне у «этих»»). Отказ же в помощи обычно квалифицируется как пренебрежение, личное оскорбление просившего и отсутствие гражданского сознания и элементарной нравственности у отказавшего. Кроме того, продолжает действовать и инерция «советского сознания»: «о нуждающихся должно заботиться государство». Отсутствуют и элементарное знание, и понимание механизмов благотворительности [2]. Мало кто рассматривает благотворительность и как один из путей построения гражданского общества, как одну из преград и гарантий против тоталитарного сознания и практики. И мало кто рассматривает благотворительность как способ укрепления взаимного доверия и согласия в обществе. В силу этих причин и обстоятельств благотворительная деятельность мало афишируется, еще меньше оценивается и анализируется, а нуждающиеся в поддержке не обращаются за помощью, опасаясь получить отказ.

Зарождение концепции социальной ответственности бизнеса относится к началу XIX столетия, когда началось движение в защиту прав трудящихся, возникшее в результате издержек промышленной революции [1]. Эта инициатива исходила от промышленного среднего класса. Организованное рабочее движение возникло позднее, когда в ряде стран были устранены различные препятствия для реализации права на свободу объединения.

В узком смысле, социальная ответственность бизнеса – это система социального партнерства, регулирующая взаимодействие основных агентов рынка труда, позволяющая эффективно сочетать основные интересы работников, работодателей и государства при регулировании социально-трудовых отношений. В более широком смысле социальная ответственность бизнеса включает не только заботу о работниках предприятия, но и реализацию социальных программ на уровне территории или государства в целом – это благотворительная помощь различным некоммерческим организациям и отдельным гражданам [5]. Данной позиции придерживаются в основном представители различных органов власти.

Социальная ответственность бизнеса основывается на осознании того, что организация должна действовать в интересах сообщества, ресурсами которого (кадровыми, экологическими и пр.) она пользуется. Концепция социальной ответственности исходит из признания тесной взаимосвязи всех сфер общества, в том числе и взаимосвязи общества и бизнеса, и в силу этого факта предусматривает необходимость для бизнеса принять на себя широкие социальные обязательства. Руководствуясь системой социальных приоритетов, определяемых Правительством РФ, и действуя на основе критерия прибыльности, корпорации способствуют совершенствованию социальной системы, цели которой отражают потребности самых широких слоев населения. Реализация указанной концепции способствует формированию мощного, экономически активного слоя бизнеса, способного разделить с государством бремя социальной ответственности в решении главной цели государства – повышения качества жизни населения страны [3]. Малый бизнес тоже при необходимой поддержке со стороны государства может активно участвовать в реализации общественно значимых социальных программ и проектов. Добровольная помощь обществу повышает социальный престиж компании, свидетельствуя и об эффективном управлении, что позволяет получать высокие доходы, и о «прозрачности» бизнеса – реального наличия средств не только на текущие производство и потребление, а также модернизацию и инновации, но и на благотворительность, что подтверждается официальной отчетностью и сопровождается уплатой причитающихся налогов, о наличии гарантий со стороны государства и общественных организаций в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств и т. д. все это в итоге повышает инвестиционную привлекательность бизнеса как внутри страны, так и за ее пределами.

Некоторые предприниматели (бизнес) благотворительность считают движением души, проявлением человеческих качеств, а не обязанностью, которой присуще наложение санкций в случае неисполнения. Вместе с тем благотворительность и меценатство приобрели широкое распространение в бизнес-элите, стали насущной потребностью предпринимателей. С другой стороны, этому способствует административное давление органов власти. Моральные, нравственные (ценностные) установки предпринимателей также способствуют благотворительности [5]. Пример тому – строительство церквей, помощь детским домам, инвалидам, содействие медицине, образованию, культуре.

В России развитие цивилизованного спонсорства и благотворительности находится еще в стадии становления, спонсирующая и спонсируемая стороны пока действуют наугад, отдавая предпочтение прямым личным контактам и личным вкусам руководителей спонсирующих фирм. Очевидно, что это неизбежный, но временный этап. Уже начинается острая потребность в информационном обеспечении спонсор-

ства, т. е. формировании информационных баз данных для возможных спонсоров (интересующихся, прежде всего возможностями, которые открывает им сотрудничество с тем или иным учреждением, коллективом, исполнителем, их уровнем, репутацией, оценкой авторитетных экспертов и искусствоведов, международным признанием). Другую же сторону интересует, разумеется, кто вообще может проявить интерес к их деятельности, контактные адреса, телефоны, репутация, надежность и т. п. [2]. Для нормального развития спонсорства и благотворительности обеим сторонам необходима не разовая, а постоянная и систематизированная информация друг о друге, призванная помочь обеим сторонам найти друг друга и наладить контакты.

Многое зависит и от информирования общественности о программах и проектах, их спонсорах и других донорах. Профессиональное их продвижение, подготовка и проведение пресс-конференций, подготовка информационных и рекламных материалов (релизов, буклетов, программ, проспектов и т. д.), обеспечение публичности, партнерских связей – все это является необходимым условием успешного сотрудничества бизнеса и культуры, развития сферы культуры в целом.

Библиографический список

1. *Корпоративная социальная ответственность: чего ожидают от бизнеса в России : обсуждение* // Человек и труд. 2004. № 2.
2. *Тульчинский Г. Л.* Проблемы благотворительности в современной России // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2006. Т. 10, № 2.
3. *Шишкова Г. А., Козлов А. В.* Социальная ответственность бизнеса: проблемы и решения // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2007. № 12.
4. *Шафранов-Куцев Г. Ф.* Благотворительность в России : традиции и современность // Вестник Тюменского государственного университета. 2009. № 4.
5. *Эбзеева Ф. Б.* Социальная ответственность предпринимательства как критерий формирования партнерских отношений в современном обществе // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2010. № 1.

А. В. Панова, А. Л. Межецкая

Условия и средства формирования научной культуры кадров в системе современного образования

Эффективность государственной системы образования напрямую связана с ростом экономического и культурного потенциала любой страны, со значением и ролью ее в мировом сообществе.

Образование играет ключевую роль в подготовке кадров для всех сфер человеческой деятельности, в обеспечении научно-технического прогресса, сохранении и развитии культуры [1]. Образование является фактором создания долговременных, устойчивых конкурентных преимуществ национальной экономики. Демократические изменения, происхо-

дящие в современной России, вызвали необходимость поиска оптимальных путей преобразования различных сторон жизни общества, в том числе и системы послевузовского профессионального образования, одной из подсистем которой является подготовка кадров высшей квалификации в аспирантуре.

Послевузовское профессиональное образование, направленное на подготовку научно-педагогических и научных кадров высшей квалификации через аспирантуру, становится все более существенным фактором развития образовательной системы России.

Возрастание роли специалистов высшей квалификации обусловливается:

- 1) потребностью в обновлении научно-педагогических и научных кадров в высшей школе («старение» научно-педагогических кадров);

- 2) интересом выпускников вузов к послевузовскому профессиональному образованию и к получению ученой степени;

- 3) потребностью субъектов формирующейся рыночной экономики в специалистах высшей квалификации в связи с повышением сложности решаемых задач;

- 4) двойственностью задач системы послевузовского профессионального образования: во-первых, она выступает как высшая ступень (уровень) системы образования, а во-вторых, является подсистемой кадрового обеспечения системы образования (в особенности – высшего профессионального образования).

К началу XXI века ускоряющееся развитие системы подготовки кадров высшей квалификации (ПКВК) в России привело к накоплению целого ряда проблем, прежде всего общесистемного характера, которые могут быть сформулированы следующим образом [2].

1. Неполнота и некоторая противоречивость законодательной базы, регламентирующей условия функционирования системы ПКВК.

2. Отсутствие стандартов, регулирующих требования к качеству подготовки кадров высшей квалификации, что приводит к снижению уровня подготовки. Сегодня деятельность аспирантуры регламентируется целым рядом законодательных актов различного уровня: Федеральный закон «Об образовании», Федеральный закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», положение «О подготовке научных и научно-педагогических кадров в системе послевузовского профессионального образования в Российской Федерации», «Временные требования к основной образовательной программе послевузовского профессионального образования». Следует отметить, что данные документы противоречиво трактуют такие базовые позиции, как место подготовки кадров высшей квалификации в системе непрерывного образования, условия получения ученой степени кандидата наук, характер и наименование итого-

вого документа, фиксирующего достижение уровня послевузовского образования и некоторые другие.

3. Значительная дифференциация уровня подготовки поступающих в аспирантуру. Это связано, во-первых, с разным уровнем базовой профессиональной подготовки, а во-вторых, с наличием различных ступеней подготовки, предполагающих соответственно разный уровень исследовательской квалификации.

4. Наличие различных трактовок основной цели аспирантской подготовки: получение ученой степени путем выполнения кандидатской диссертации и сдачи кандидатского минимума; получение образования, подтвержденного присвоением соответствующей квалификации [2]. Так, защита диссертации, именуемая во Временных требованиях к основной образовательной программе аспирантуры «итоговой государственной аттестацией», не заложена в содержание основной образовательной программы аспиранта.

5. Недостаточный уровень финансирования системы подготовки кадров высшей квалификации привел к серьезным последствиям такого рода: отсутствие целевого финансирования научных исследований, влекущее за собой уменьшение объемов научных исследований, прежде всего – фундаментальных;

отток из вузов молодых перспективных научно-педагогических кадров, переход их после обучения в коммерческие структуры;

разрыв между обучением и наукой, следствием чего стало падение уровня профессиональной подготовки специалистов;

низкий уровень стипендии, порождающий необходимость поиска дополнительных источников средств существования аспирантами очного обучения, что негативно сказывается на качестве диссертационных исследований, сроках их выполнения и т. д.

Ведущей проблемой, вытекающей из приведенного перечня в современных условиях, очевидно, является поиск ориентиров совершенствования содержания подготовки кадров высшей квалификации в аспирантуре [3]. Данная проблема может быть определена как комплексная и многоуровневая, результативность решения которой обуславливается рядом факторов, в основе классификации которых может быть заложено отражение следующих тенденций современного развития:

науки в информационном обществе, определяющей ценностные ориентиры подготовки;

университетского образования на всем пространстве Российской Федерации, включающего систему подготовки кадров высшей квалификации как организационную и институциональную структуру и развивающегося как отрасль экономики государства;

системы аттестации кадров высшей квалификации, изменяющейся в соответствии с требованиями современного общества, в частности, с ак-

туализацией проблемы создания системы сопоставимых ученых степеней в европейском образовательном пространстве.

В современной России развитие университетов связано, главным образом, со стратегией модернизации образования и направлено [3]:

- на поддержку научных исследований ведущих научно-педагогических школ системы высшего профессионального образования;

- на координацию создания базовых кафедр ведущих вузов в научных учреждениях РАН;

- на создание и развитие на конкурсной основе студенческих конструкторских бюро и других форм вовлечения студентов в научно-инновационную деятельность;

- на совершенствование структуры послевузовского образования, разработку мероприятий для повышения результативности работы аспирантур и докторантур;

- на создание Всероссийского научно-методического центра послевузовского профессионального образования;

- на развитие системы федеральных окружных центров НИРС учреждений высшего профессионального образования;

- на развитие отраслевой системы научных грантов для поддержки аспирантов и молодых ученых;

- на развитие учебно-научно-инновационных комплексов, кафедр, учебно-научно-экспериментальных центров совместного ведения с отраслями в ведущих университетах страны;

- на подготовку предложений по созданию отраслевого научно-методического и информационно-консалтингового Центра по проблемам развития кадрового потенциала высшей школы.

В заключение необходимо отметить, что проблемы, накопившиеся в системе подготовки научных кадров высшей квалификации, и особенно в развитии науки и образования в современном обществе приводят к необходимости системных преобразований в подготовке кадров высшей квалификации [4]. Думается, что эти изменения связаны со следующими преобразованиями:

1. Интеграция академической и научной подготовки в аспирантуре при условии сохранения статуса самостоятельного диссертационного исследования как важнейшего критерия и показателя квалификации соискателя будет способствовать переходу последипломного образования на этапе аспирантуры на новый уровень развития.

2. Введение более жестких требований, предъявляемых к поступающим в аспирантуру, главным образом, к уровню их методологической подготовки, позволит в условиях массовости данной ступени образования сохранить высокий научный и образовательный ценз аспирантов.

3. Тематика диссертационных исследований должна быть связана не только с личными интересами исследователя или научной школы, в рамках

которой он выполняет исследование, но и с задачами развития науки и государства в целом, а также должна согласовываться с планами научных исследований Академии наук и Академии образования, с программами научно-исследовательской деятельности выпускающих университетов.

4. Необходима выработка критериев и механизмов экспертизы качества диссертационных исследований не только на заключительном этапе, т. е. при представлении его результатов в диссертационный совет, но и в процессе выполнения на разных этапах обучения в аспирантуре [5]. Для этого целесообразно возобновить проведение школы молодых ученых по отраслям наук, в различных федеральных округах; разработать систему мер, повышающих личную ответственность научных руководителей, председателей диссертационных советов, оппонентов за качество исследований аспирантов.

5. Развитие методологической культуры и исследовательской компетентности у молодых ученых может быть достигнуто включением аспирантов в состав исследовательских коллективов, выполняющих НИОКР; участием аспирантов в конкурсах научных работ молодых исследователей на получение грантов.

При этом следует отметить, что совершенствование системы подготовки кадров высшей квалификации в нашей стране не должно проходить в замкнутой среде [5]. Необходимо разумно использовать зарубежный опыт, искать пути интеграции отечественной системы подготовки кадров высшей квалификации в европейское образовательное пространство.

Библиографический список

1. *Преображенская Н. Г.* Проблемы современного образования // Теория и практика образования в современном мире : материалы Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). СПб. : Реноме, 2012.
2. *Временные требования к основной образовательной программе послевузовского профессионального образования.* URL : <http://www.informika.ru>
3. *Чернякова Н. С.* Наука как феномен культуры : учеб. пособие. СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2001.
4. *Шереги Ф. Э., Дмитриев Н. М., Арефьев А. Л.* Научно-педагогический потенциал и экспорт образовательных услуг российских вузов (социологический анализ). М. : Центр социологического прогнозирования, 2002.
5. *Лаптев В. В.* Проблемы совершенствования системы подготовки научных кадров высшей квалификации на современном этапе развития науки и общества // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 83.

Л. П. Пискунова

Искусство и бизнес: современные модели взаимоотношений

Сегодня в орбиту функционирования искусства вовлечены разные участники. Помимо собственно художника и государственных институций (школа, училище, вуз, союзы художников и Академия художеств, му-

зей), которые наименее интегрированы в рыночные механизмы регулирования художественной практики и максимально защищены государственными субсидиями, арт-деятельность экономически обеспечивается системой частных галерей, аукционных домов и корпоративных коллекций и программ поддержки искусства. Эти независимые участники рынка преследуют собственные цели и неизбежно трансформируют позицию независимого художника, пытающегося найти признание по законам рынка. Крупные корпорации, богатые бизнесмены порой интегрируют деятельность по поддержке современных художников в реализуемые программы социальной ответственности. Поскольку, как мы выяснили, КСО является частью прагматики, нацеленной на формирование репутации, мы предположили, что это должно наложить отпечаток на деятельность по поддержке искусства, то есть трансформировать сам институт меценатства, возникший ранее концепции социального маркетинга. Причем трансформировать не только по форме реализации, но и по создаваемым ценностям.

С начала 2014 г. в Екатеринбурге нами было проведено исследование по выявлению специфики социальных взаимодействий в поле искусства или, говоря иначе, особенностям вписывания современного искусства в систему институциональных связей и культурных индустрий. Это качественное исследование проходило в форме экспертного опроса. В экспертном опросе приняли участие независимые галеристы, художники, арт-менеджеры, social-менеджеры, действующие на Урале и в целом в России.

Экспертные интервью были проведены со следующими участниками арт-рынка: Марина Дашевская, галерист; Юлия Крутева, галерист, художник, хозяйка салона «Арт-птица»; Николай Предеин, художник, поэт, скульптор; Валерий Суворов, галерист, директор аукционного дома «Суворов», Елена Чернышкова, руководитель практики «Образование и некоммерческие организации» в компании Odgers Berndtson, Татьяна Егерева, галерист, хозяйка аукционного дома «Моби-арт. Татьянин день», Сергей Одоевский, галерист; Виталий Волович, художник, Виктор Лощенко, бизнесмен, генеральный директор ЗАО ПКП «Атомпромкомплекс», владелец галереи «Ural Vision Gallery»; Марина Линкер, галерист арт-галереи «Стены» и «Красный квадрат», Борис Ведерников, бизнесмен, владелец галереи «Капитал».

Информанты отвечали на вопросы о специфике поддержки художественных проектов со стороны компаний и лично бизнесменов, о том, каковы мотивы такой деятельности, каков социальный портрет человека, вкладывающего деньги в искусство по личной инициативе или по необходимости, каков характер отношений заказчика и художника, есть ли свобода творчества у современного художника и как она коррелируется с институциональными механизмами структурирования поля художественного и социальным заказом, есть ли системность в современных благотвори-

тельности и меценатстве, какой характер приобретает эта деятельность в ситуации имиджевых войн, борьбы за рейтинги и тотальной маркетизации культуры, насколько можно рассматривать вложения в искусство как стратегию диверсификации бизнеса.

Главная задача исследования – дать представление об акторах социального поля искусства в современном российском мегаполисе.

Поле художественного, как уже писалось выше, всегда было интересно власти, богатым людям и не только как предмет наслаждения, но и как инструмент манипулирования сознанием общества, способ решения репутационных и имиджевых задач.

Сегодня в России это поле находится в очень диффузном состоянии, правила игры только складываются, оформляется ценностная легитимация меценатства, коллекционирования и благотворительности, законодательная база находится в стадии разработки.

Как показало исследование, формы филантропической деятельности власти и современного бизнеса очень традиционны – поддержка социальных проектов (детские дома, больницы, церкви, спорт), помощь ученым, курирование и инициация художественных проектов.

Е. Чернышкова, характеризуя эту сферу, отталкивается от собственного огромного опыта разработки стратегии и курирования благотворительных программ фонда «Династия»: «У современного бизнеса мало ресурсов (интеллектуальных, административных, правовых) и компетенций чтобы правильно позиционировать благотворительность. На уровне управления подобными проектами главными препонами являются гиперконтроль и тревожность, а также очень узкий горизонт планирования».

Остановимся более подробно на выявлении специфики поддержки и вкладывания денег в художественную сферу.

Как показали интервью и анализ вторичных источников, меценатство в чистом виде не интересует сегодня практически никого, так как это очень «затратная» во всех смыслах деятельность. Оно требует от мецената понимания специфики художественного поля (природа творчества, неструктурированность поведения художника, непрозрачность ценообразования на произведения искусства и, отсюда риски в получении экономической выгоды, социальные насмешки со стороны общества по отношению к нуворишам, желающим отретушировать свой портрет с помощью близости к художнику и искусству). А при развитом арт-рынке потребность в меценатах не столь высока, сам рынок регулирует отношения между его участниками и у работ талантливого художника всегда будет покупатель.

Юлия Крутева утверждает, что «рынок сам все расставит по своим местам, художнику особо помогать не нужно, необходима структурированная институциональная среда (прерогатива государства) – точки продаж».

М. Дашевская более категорична: «Художнику помогать не нужно, он понимал издержки профессии, когда делал свой выбор. Что будут черные дни, когда нечего будет есть. Нужно много работать, мы все в одной лодке. Моя роль как галериста, ответственного за продажи, более сложна, чем просто творческий процесс, создание произведения искусства».

Татьяна Егерева: «...про непризнанных гениев я ничего не знаю. На моем веку востребованы все таланты, какие я встречала. Мы не предпринимаем специальных мер для раскрутки художников, но если нужно, организуем персональные выставки. Художники расплачиваются работами, и эти картины поступают в продажу: качественные вещи всегда уходят».

Плюс ко всему прочему, по мнению галериста и аукционера Виктора Суворова «в России деньги сосредоточены в основном у первого поколения бизнесменов, они все вышли из советского. Поэтому траты нуворишей на негативном фоне осуществляются. Сознание еще не перестроилось. Траты денег связаны с негативным социальным фоном, подтверждением социального положения, богатых людей волнуют имиджевые вещи, статусные, публичность, желание и необходимость подчеркнуть свою близость к власти». К этому добавляется «проблема», через которую прошли практически все благотворительные фонды и галереи, отмечает Е. Чернышкова: «Проблема живого основателя (как, например, фонд Дж. Сороса), когда он может прийти и сказать в один день – все программы закрываем и делаем все новое. У меня поменялись приоритеты».

Коллективный портрет покупателя, формирующего спрос на искусство, выглядит так: подавляющее большинство – это представители предпринимательства (51%) и госслужащие (39%). Для большинства приобретение картин – действие случайное, единичное, преследующее утилитарно-подарочные цели. Страстных собирателей, которые извлекают удовольствие из систематического коллекционирования, немного.

Говорит Виктор Лощенко, и практически все опрошенные солидарны с ним в этом мнении: «В Екатеринбурге, да и в России в целом больше покупают для интерьера. Такому покупателю нужно повесить работу в кабинет, в офис, в коттедж, в квартиру. У него есть стена – ему нужно цветное пятно. Покупая, он убивает нескольких зайцев: во-первых, вещь будет дополнять интерьер его офиса или квартиры; во-вторых, если он покупает известного художника, то это престижно, и он зарабатывает статус; в-третьих, он покупает картину, которая может расти в цене – это инвестиция». Виктор Суворов, продолжая этот ряд социальных характеристик покупателей искусства, отмечает: «Богатым людям скучно жить. Построил новый дом – пустые стены, нужно их украшать. Не хватает общения. Искусство создает новые поля для общения – как между собой (возможность похвалиться коллекцией), так и с художниками. Деньги пропуск в иной мир. Мир художника». И тут же фиксирует иной мотив

поведения «на аукцион по зову сердца мало, кто идет. Если губернатор на аукционе, покупают больше, охотнее. Тщеславие».

Для предпринимателя галереи практически всегда – симбиоз хобби и бизнеса, а также мощный коммуникационный инструмент в управлении собственной репутацией и выстраивании позитивного имиджа. Бизнесмен и галерист Борис Ведерников в коммерческий успех галерейного дела не верит и называет салон красиво оформленным офисом. Противоположная позиция у В. Лощенко, который, открыв в 2012 г. первую и единственную пока в Екатеринбурге галерею contemporary art, планирует через три года выйти на уровень безубыточности.

Состоявшимися художественными бизнес-проектами в Екатеринбурге можно назвать несколько галерей – «Галерея современного искусства», «Ural Vision Gallery», «Аукционный дом Суворов», «Арт-птица» и т. д. Но искусствовед и галерист Сергей Одоевский (галерея Одоевского, Галерея современного искусства), много лет занимавшийся выставочной деятельностью, в том числе за рубежом, предупреждает, что рассчитывать на то, что галерея будет существовать лишь от продажи работ, в наших условиях не приходилось. Высокая арендная плата, содержание штата сотрудников, проведение рекламных кампаний – и относительно невысокие цены на картины, малое число продаж. Так, часто при галерее создается своеобразный «художественный сервис и постпродажное обслуживание произведений искусства и коллекций»: багетная мастерская, дизайнерское бюро, специалисты по корпоративным мероприятиям. Это еще раз подчеркивает тезис об институциональной неразвитости художественного рынка России и зависимости от разнообразных факторов – государственных, административных, прихоти богатых людей, их вкусовых предпочтений.

Как видим, уральский арт-рынок находится в стадии становления института профессиональных посредников, чаще всего это способ диверсификации бизнеса. Практически за каждой галереей стоит корпорация («ЗАО ПКП «Атомпромкомплекс», Группа Синара), или бывшие госслужащие высокого ранга. Но, все же, осмысленного корпоративного коллекционирования в Екатеринбурге пока нет. Коллекции, даже и аффилированные с теми или иными бизнес структурами, носят на себе отпечатки личности их руководителей (сила воли и характера, обладание властью и управленческой волей и пониманием).

Подводя итог, можно сказать, что комплекс мотивационных факторов, подталкивающий бизнес к искусству, состоит из следующих элементов:

искренний интерес к творчеству и искусству, желание изменить мир к лучшему,

желание выделиться на общем фоне (слой богатых очень узок, все друг друга знают), значимость и ценность символического капитала;

местечковый патриотизм (собирать, поддерживать уральское искусство);

борьба со скукой (поле искусства во все времена было маркировано как досуговое занятие, праздное, пространство отдохновения);
возможность стать публичной фигурой («15 минут славы»);
искусство дает возможность войти в иной неструктурированный мир – мир искусства, мир художников;
выстраивание связей, возможность обсудить дела и важные вопросы в неформальной обстановке;
игра, азарт (покупка и поиск произведения искусства очень азартное, рискованное дело);
демиургические желания (участие в процессе творения через заказ, формирование запроса на произведение искусства);
создание культурной среды (галереи, коллекции);
создание условий для того, чтобы талантливые люди оставались в России.

В основе социальных инициатив компании лежит новая прагматика, трансформирующая традиционные ценности. Стержнем мотивационной пирамиды уральских благотворителей и филантропов (с точки зрения реализации я-проекта) является желание убежать от прозы и скуки жизни, привнести в нее неструктурированность и творчество, азарт и риск. С точки зрения интересов компании такого рода деятельность мотивирована желанием диверсифицировать бизнес, сохранить капиталы, инвестировать в будущее. Благотворительная, филантропическая деятельность является частью PR-стратегии компании и одним из инструментов репутационного менеджмента.

Самый важный вывод – проведенное исследование позволяет констатировать тот факт, что устойчивой, институциональной системы поддержки искусства со стороны меценатов и благотворителей в России пока не существует. Отдельные проявления подобной деятельности обусловлены исключительно персональными интересами, индивидуальными предпочтениями.

Н. Э. Сафронова

Интеграция как принцип синергетической педагогики

Сегодня как никогда нужен целостный трансдисциплинарный взгляд на мир. Данную работу следует начинать в начальной школе.

Синергетика самоорганизации связана с разрушением старой структуры и возникновением нового порядка, она опирается на принцип положительной обратной связи. С такой позиции удастся объяснить взаимодействие системы с окружающей средой, так как внешние условия, среда обитания оказывают огромное влияние на эволюцию, в нашем случае – на образование.

Образование сегодня как система претерпевает серьезные изменения. Требуется перейти с реализации принципов классической педагогики на принципы, позволяющие реализовывать идеи самоорганизации, самовоспитания и саморазвития личности. Одним из принципов синергетики является интеграция.

Дословно интеграция – восстановление, восполнение. Интеграция – это процесс или действие, имеющее своим результатом целостность.

Синергетический подход педагогики имеет своей целью формирование целостной личности. Интеграция позволяет при формировании единой картины мира опираться на визуализацию, создание законченных образов в сознании обучающихся, смыслообразующих тенденций и возможность воспринимать материал через эмоциональную сферу. Визуализация используется не только в отдельных явлениях, но и на интегрированных уроках. Существует разнообразный спектр интегрированных уроков. Каждый урок по-своему ценен в плане симбиоза обучения, воспитания и развития подрастающего поколения. Так, например, в третьем классе на уроке окружающего мира при изучении темы «Вода и ее свойства» было предложено подробнее изучить данную тему. Ученик написал проект, в котором изучил и представил качества воды, провел сравнительный анализ воды из разных источников, познакомился с различными способами очистки воды и применил их на практике. С применением полученных данных на уроках математики учащимися были составлены и решены задачи.

Целенаправленная планомерная работа выявила следующее: результаты диагностики психолога – педагогической службы показывают положительную динамику развития внимания учащихся и скорости переработки информации. Ежегодно увеличивается число учащихся, обучающихся на «4» и «5». Результаты мониторинга тестирования «Кенгуру-плюс» показывают, что математическая подготовка учащихся по всем показателям превышает общероссийский уровень. Учащиеся класса активно участвуют во всероссийских, городских конкурсах, олимпиадах, проектной деятельности. Число участников увеличивается с каждым годом. Учащиеся класса многократно становились победителями и лауреатами всероссийских, региональных, городских конкурсов и олимпиад – «Снейл», «Познание и творчество», «Интеллект будущего», «Фактор роста», «Эйдос», «Наше наследие», фестивалей исследовательских проектов «Портфолио».

Реализация идеи синергетической педагогики в начальной школе позволяет по-новому рассматривать процесс образования, в центре которого стоит учащийся с его интересами, потребностями, уровнем психического развития и, исходя из его потенциала, строить индивидуальную образовательную траекторию с ориентацией на целостность личности.

**Взаимодействие образовательной организации
с этническими общественными организациями
в контексте социальной адаптации детей мигрантов**

В связи с возрастающим в образовательных организациях Российской Федерации количеством учащихся, прибывших из стран Ближнего зарубежья, перед педагогическими коллективами встают вопросы обучения и воспитания детей мигрантов, их социальной адаптации. К категории «детей мигрантов» можно отнести не только детей, не имеющих гражданства или временно регистрации по месту пребывания, но и не знающих или плохо владеющих русским языком, не понимающих культуры принимающей страны.

Специфика работы с такими детьми объясняется не только незнанием языка или расхождением в образовательных программах, но и культурой, менталитетом прибывших. Этнические, религиозные, национальные различия играют большую роль. Российские нормы, обычаи и порядки не всегда понимаются, а, соответственно, принимаются в национальных семьях. Даже если дети уже не знают родного национального языка, проживают в России в течение нескольких лет, в их семьях поддерживаются национальные культурные традиции.

Образовательные организации привлекают к работе с детьми мигрантов различные социальные институты. Но, как правило, школы имеют опыт взаимодействия с Управлением Федеральной миграционной службы, Центрами национальных культур, учреждениями дополнительного образования, органами управления образованием. Такая работа имеет свои положительные результаты, является важной и нужной в современном контексте образования, но недостаточной.

Для формирования поликультурной среды, в целях организации системного взаимодействия следует дополнительно внедрять в практику модель партнерских отношений с этническими общественными организациями (диаспорами), которые имеют значительный воспитательный потенциал на родителей и детей мигрантов [7].

«Диаспора (греч. «рассеяние») – устойчивая совокупность людей единого этнического или национального происхождения, живущая за пределами своей исторической родины, иногда имеющая социальные институты для поддержания и развития своей общности. Обычно термин диаспора относится к части народа (этнической общности, нации), живущей вне страны своего происхождения и образующей сложившиеся, сплоченные, устойчивые, хорошо укоренившиеся и ставшие необходимыми для принимающих стран этнические группы» [2].

Диаспоры помогают решать своим соотечественникам правовые вопросы, вопросы трудоустройства, развивают и укрепляют культуру своего

народа, поддерживают культурные связи с исторической Родиной. При этом проблемы, связанные с воспитанием и обучением подрастающего поколения, как правило, полностью входят в функции только образовательной организации. Лидеры диаспор инициативу в выстраивании взаимодействий с образовательными организациями практически не проявляют, однако это происходит не от их нежелания сотрудничать, а, в большей степени, из-за страха быть отвергнутыми или непонятыми [1; 4; 6].

В регионах можно встретить активные диаспоры, работа с которыми будет достаточно легкой, и «спящие диаспоры», контакты с ними придется выстраивать с усилиями. При этом воспитательный потенциал велик и у первых, и у вторых представителей. Диаспоры сначала будут вникать в новое для них поле деятельности (представители школ должны понимать эту пассивность, длительность), но постепенно национальные сообщества смогут взять на себя часть вопросов воспитания детей, налаживания контактов с родителями. Через такое взаимодействие образовательная организация сможет частично влиять на родителей, изменять их отношение к вопросам обучения детей, формировать у взрослых нормативные установки.

Во-первых, плодотворным будет организация встреч многонационального детского коллектива с представителями различных культур, в том числе с представителями религиозных конфессий. Именно личные встречи способствуют преодолению многих стереотипов учащихся в отношении других культур и религий. Причем такое общение интересно как для детей мигрантов, так и для детей принимающей страны. Обсуждение книг, исторических событий ставит учащихся в роль человека, который не просто знает ситуацию, но и оценивает ее. В специально смоделированных диалогах, дети могут выступать от представителей других культур, что помогает по-новому принять происходящее. Такие обсуждения можно организовывать не только во внеурочное время, но и в рамках школьных учебных занятий на уроках истории, права, обществознания, литературы, мировой художественной культуры, иностранного языка, географии, классных часах, основах религиозных культур и светской этики, музыки и изобразительного искусства.

Такие проблемные дискуссии должны быть не разовыми мероприятиями, а стать традиционными. Это позволит, с одной стороны, вовлечь в межкультурный диалог большинство учащихся образовательной организации, с другой стороны, даст возможность детям безболезненно изменять свои взгляды, корректировать их, так как мнение других сверстников очень весомо в детском и подростковом возрасте. Педагогическому работнику необходимо создать в группе атмосферу взаимного принятия, уважения точек зрения всех участников дискуссий. Подобная атмосфера толерантности создает своеобразный образ поведения учащегося в ситуации разнообразных взглядов, которого он может придерживаться и за

пределами школы. В ходе таких обсуждений у учащихся формируется своя точка зрения, они получают опыт принимать другие мнения. В этот момент важно обучать детей мигрантов рефлексии; осмыслению своего отношения к представителям других культур и религий будут способствовать встречи с представителями различных общественных организаций, специально созданные проблемные ситуации, общение с учащимися других образовательных организаций. Рефлексия позволяет не считать свою точку зрения единственно правильной, а позволяет осознанно подходить к межкультурным отличиям, то есть заниматься самосовершенствованием.

Во-вторых, диаспоры смогут стать и инициаторами в преодолении языкового барьера родителей и их детей [7]. Кроме занятий «Русский как иностранный» для учащихся школы, эффективными являются организованные встречи для матерей детей мигрантов, которые в свободное время общаются только со своими соотечественниками, часто затрудняются общаться с педагогами, не могут оказать посильную помощь детям при подготовке домашнего задания. Образцом может стать программа «Samenspel», где занятия с матерями одной национальности проводятся ежедневно по 3–4 ч в день в группах до 16 чел. двумя специалистами, один из которых – представитель диаспоры, а второй носитель языка принимающей страны (учитель) [3; с. 42]. Одновременно с занятиями с матерями проходят игровые занятия с детьми 5–7-летнего возраста, не охваченными дошкольным образованием.

В-третьих, лидеры диаспор должны войти в состав Управляющего (Попечительского совета) образовательной организации, поднимать вопросы воспитания на общешкольных родительских собраниях перед своими соотечественниками, входить в состав родительского совета, принимать участие в разрешении вопросов отклоняющегося поведения детей «группы риска», организации досуга детей подросткового возраста. Только в этом случае диаспоры будут понимать, как ведут себя представители их национальностей, как выполняют Закон об образовании в Российской Федерации.

Через диаспоры легче решить вопрос организованного начала и окончания учебного года, вопросы частой миграции их представителей. Частично работа лидеров диаспор восполнит нехватку представителей мужского пола в составе педагогического коллектива, влияние которых достаточно велико и крайне необходимо в подростковом возрасте на юношей-мигрантов (отцы – мигранты не всегда правильно воспринимают замечания со стороны учителей женского пола).

В-четвертых, представители диаспор могут частично объяснять культуру своего народа, что в свою очередь поможет выстраиванию отношений «учитель – ученик».

Диаспоры как социальный институт могут формировать у родителей детей мигрантов правильное представление о своей роли в вопросах вос-

питании ребенка, стимулировать родителей на взаимодействие с образовательной организацией.

Оказание помощи родителям детей мигрантов в вопросах сохранения национальной идентичности, в превенции утраты своих обычаев, традиций, в изучении своей культуры – немаловажное направление. Это не просто проведение праздников своей культуры, а именно демонстрация лучших культурных черт своих соотечественников. Образовательным организациям не помешает воспитание у детей уважения к старшим, трепетного отношения к вопросам культуры и языка. Таким образом, представители диаспор перестанут быть пассивными участниками концертов или других развлекательных мероприятий, а смогут оказать действенную помощь, с одной стороны, родителям детей мигрантов, с другой стороны, образовательной организации, в вопросах обучения и воспитания детей, что покажет истинную вовлеченность национальных сообществ в социокультурную атмосферу региона.

Национальные сообщества должны быть реальными партнерами в работе с детьми, это позволит поддерживать успехи детей мигрантов не только внутри школьной системы, но и за ее пределами. Подлинное сотрудничество образовательной организации с диаспорами поможет социальной адаптации детей мигрантов, сгладит конфликтные ситуации и недопонимания между принимающим обществом и людьми, приехавшими в страну.

Библиографический список

1. *Кон И. С.* Социология личности. М., 1967.
2. *Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам).* М. : Изд-во ИКАР, 2009.
3. *Образование и миграция.* Стратегия интеграции детей мигрантов в европейских школах и обществах. URL : <http://www.nesse.ru>.
4. *Слободчиков В. И.* Образовательная среда. М., 1997.
5. *Хуторской А. В.* Современная дидактика : учебник для вузов. СПб.: Питер, 2001.
6. *Ясвин В. А.* Образовательная среда: от моделирования к проектированию. 2-е изд., испр. и доп. М. : Смысл, 2001.
7. *Gordon M. M.* Assimilation in American Life: The Role of Race, Religion, and National Origins. 1964.

Ф. Ф. Тимиров

Формирование культуры здоровья личности в экономических условиях функционирования сельского социума

Культура здоровья – результат многих слагаемых. Состояние здоровья детей в последние годы вызывает острую тревогу нашего общества. Согласно научным исследованиям, проведенным в различных регионах

России, по числу больных детей лидируют именно сельские школьники за счет самой высокой заболеваемости органов пищеварения, нервно-психических болезней, патологии костно-мышечной системы, органов дыхания [4; 7; 8].

В исследовании, проведенном на базе института социально-педагогических проблем сельской школы Российской академии образования, была предпринята попытка «замерить» качественные показатели здоровья подрастающего поколения на селе, выявить отношение учащихся к здоровому образу жизни [3].

15,6% молодых жителей села на вопрос о том, чего им не хватает в жизни, ответили – «здоровья». В числе проблем, которые более всего волнуют выпускников сельских школ, 21% юношей и 19,4% девушек назвали «состояние физического и психического здоровья».

Подавляющая часть сельской молодежи (60,6%), по ее признанию, ведет не совсем здоровый образ жизни, но каждый пятый молодой человек с уверенностью сообщил о своем здоровом образе жизни. Под здоровым образом жизни молодые люди понимают: отсутствие вредных привычек (так ответили 64% респондентов); занятия физкультурой и спортом (62%); хорошее питание (55%); отдых на природе – рыбалка, прогулки и т. д. (52%); умеренное употребление алкоголя (19%).

Только 16,6% молодых людей считают, что хорошо знают традиции оздоровления народными средствами. 70% юношей и 53% девушек из этих выпускников оценили свою физическую подготовку как «хорошую». На вопрос «Какие из присущих вам личных качеств беспокоят вас больше всего?» 17% ответили – «слабая физическая подготовка».

18% юношей и 7,5% девушек на вопрос о том, как бы они хотели изменить обучение в той школе, которую окончили, ответили – «развивать детей физически и укреплять их здоровье».

Результаты исследования показали, что на школу как на центр социокультурной жизни на селе, сельские жители возлагают большие надежды в формировании у молодежи культуры здоровья.

Сельская школа в современных социально-экономических условиях призвана не только выполнять образовательную функцию, но и заботиться о сохранении и укреплении здоровья детей, что согласуется с Всероссийской программой «Образование и здоровье» [6]. Существенные качественные и количественные отличия условий сельского социума от городского не позволяют напрямую переносить в сельскую школу имеющиеся разработки в области повышения культуры здоровья, его охраны и укрепления в процессе обучения, внедрения здоровьесберегающих технологий обучения. Во многом решение проблемы культуры здоровья будет зависеть от медико-педагогической компетентности учителя сельской школы.

Сельский социум России – это базовый компонент целостной социокультурной системы страны, важная составляющая единого образователь-

ного пространства России, которое в настоящее время на две трети состоит из сельских школ, где обучается одна треть учащихся страны.

Каждая сельская школа России функционирует в неповторимых региональных социально-экономических и социально-культурных условиях. Однако все эти школы объединяет наличие проблем, обусловленных действием общеизвестных факторов риска (устаревшая материально-техническая база, несоблюдение гигиенических требований к организации учебного процесса, неудовлетворительное медицинское обслуживание и т. д.), которые на селе еще более обострены в силу низкого уровня финансового снабжения, недостаточной кадровой обеспеченности и т. п. Наряду с этим существуют и специфические особенности жизнедеятельности сельских школ: малочисленность и малокомплектность; низкая подготовленность детей к школе в силу недостаточного количества ДОО на селе; недостаточное развитие современных коммуникаций и транспортных средств и т. д.

Влияние комплекса негативных факторов, среди которых ведущую роль играют факторы школьной среды и образа жизни, напрямую определяет уровень культуры здоровья сельских школьников. Установлено, что вклад факторов внутришкольной среды в формирование здоровья детей составляет 20–30% [7].

Являясь центром социокультурной сферы села, школа обладает большим здоровьесберегающим потенциалом, возможностью функционирования в качестве «школы здоровья». Полифункциональность деятельности сельского учителя в малокомплектной школе должна выражаться не только в «многопредметности» его профессиональной подготовки, но и в роли педагога, способствующего формированию здоровой среды обитания ребенка и высокой медицинской активности учащихся и родителей [1; 2; 5].

На основании современных интеграционных процессов медико-педагогической направленности, в процессе исследования обоснованы и систематизированы принципы, отражающие специфику здоровьесберегающей деятельности в условиях сельского социума:

научности, предполагающий реализацию в сельских образовательных учреждениях научно обоснованных здоровьесберегающих технологий;

природосообразности, исходящий из учета возрастных, половых и индивидуальных особенностей всех участников здоровьесберегающего процесса;

сознательности и активности, предполагающий формирование у субъектов здоровьесберегающей деятельности в учреждениях образования на селе культуры здоровья и сознательное личное включение в программы его сохранения и укрепления;

связи теории с практикой, заключающийся в практикоориентированности концептуальных подходов, их технологичности, адекватности и адаптивности особенностям образовательного учреждения на селе;

субъектности здоровьесберегающего учебно-воспитательного процесса, предполагающий, во-первых, ориентацию на внутреннюю, а не на внешнюю мотивацию обучения, во-вторых, свободу выбора участниками образовательного процесса сфер приложения сил в процессе организации школьной жизни;

здоровье-ценностной ориентации образовательного процесса, обеспечивающий интеграционное единство формирования культуры здоровья, становления и развития личности.

Основные позиции, на которых строятся концептуальные положения, опираются на законы возрастного развития сельского школьника, индивидуальный подход, личностно-ориентированные принципы в специальной работе по подготовке учителя сельской школы, руководителя образовательного учреждения на селе, реализующих здоровьесберегающий образовательный процесс.

Теоретические положения исследования были апробированы в условиях сельского социума Горнозаводского округа Уральского региона. Здоровьесберегающий образовательный процесс в сельских школах был нацелен не только на информирование обучающихся о том, что такое здоровье, здоровый образ жизни, способах его ведения, но и на формирование таких способностей как: владение комплексом статических и динамических упражнений, умение рационально организовывать свой режим отдыха и труда, а также умеренный труд, владение приемами регуляции психоэмоционального напряжения, владение способами гигиенически обоснованного питания, владение способами закаливания организма, умение оказать необходимую самопомощь в экстремальной ситуации, осуществление сбора и проведение анализа информации о состоянии здоровья, половозрастных и индивидуальных психофизиологических особенностях развития.

Помимо этого у сельских школьников формировалось умение ставить конкретные цели и задачи формирования здорового образа жизни, отбирать адекватные здоровьесберегающие приемы, методы, технологии и средства деятельности, создавать положительный настрой, благоприятный эмоционально-психологический тонус.

Соответственно, для реализации этих задач необходимы те педагогические технологии, которые способствуют максимальному приобщению учащихся к здоровому образу жизни.

В качестве реализации выделенных нами педагогических условий реализации здоровьесберегающих технологий в образовательном процессе сельской школы использовалось проблемно-модульное обучение, поскольку определяющим признаком здоровьесберегающих технологий является их способность учитывать индивидуальные особенности каждого обучаемого. При этом необходимо было учитывать два принципа применения здоровьесберегающих технологий: комплексность и системность.

Отслеживание эффективности реализации здоровьесберегающего образовательного процесса в условиях сельского социума происходило в процессе медико-педагогического мониторинга.

Обычно оценку эффективности инновационных образовательных технологий осуществляют в сравнении с традиционными формами и методами обучения на основании оценки знаний и умений. Однако, совершенно очевидно, что по этим показателям невозможно измерить эффективность здоровьесберегающих технологий. Необходим подбор наиболее целесообразных и измеряемых критериев и показателей, ориентированных на измерение ведущих личностных характеристик учащихся, по возможности дающих обобщенную характеристику формирования и корректировки культуры здоровья личности, показывающих ее динамику на протяжении обучения в школе.

Учитывая вышеизложенное, в процессе исследования нами были выделены критерии и показатели когнитивного, мотивационно-ценностного, эмоционально-волевого, поведенческого компонентов культуры здоровья сельских школьников.

Когнитивный компонент мы рассмотрели через систему знаний о здоровом образе жизни и умений его ведения, принятие их на личностном уровне (полнота усвоения знаний; прочность усвоения знаний; полнота овладения умениями; прочность овладения умениями). Мотивационно-ценностный компонент представлен как направленность ценностных ориентаций сельских школьников на ведение здорового образа жизни (поведение, обуславливающее здоровый образ жизни; стремление к саморазвитию, самосовершенствованию и самовоспитанию). Эмоционально-волевой компонент обусловлен эмоционально-психологическим здоровьем и состоянием нервной системы (качество отношения к видам деятельности, направленным на ведение здорового образа жизни: позитивное, нейтральное, негативное; эмоциональная устойчивость, преодоление трудностей на эмоционально-положительном фоне; волевая регуляция поведения, преодоление трудностей в достижении поставленных целей). Поведенческий компонент связан с уровнем и качеством здоровья (выполнение рекомендаций по ведению здорового образа жизни; удовлетворение оптимального двигательного режима; уровень работоспособности, утомляемости; уровень тревожности, раздражительности; аппетит, сон, активность).

Оценивая результаты здоровьесберегающей деятельности в условиях сельской школы, необходимо иметь в виду не только достигнутый тем или иным сельским школьником уровень культуры здоровья, но и проявляющиеся тенденции в динамике его образованности. Другими словами, в здоровьесберегающей деятельности здоровье учащихся наравне с их успеваемостью имеет смысл рассматривать как результат реализации образовательных процессов.

Таким образом, здоровьесбережение в образовании следует понимать как единство педагогических мер, направленных на улучшение здоровья обучающихся и рост качества образования, то есть рассматривать в диалектическом единстве уровень образования и здоровье подрастающего поколения. Исходя из положения о паритете между образованностью и культурой здоровья учащихся, важно подчеркнуть, что в соответствии с потребностями общества в образовательных процессах следует уделять серьезное внимание обеспечению совместного развития данных составляющих.

Библиографический список

1. *Аветисян Л. С.* Особенности состояния здоровья и соматического развития городских и сельских школьников : автореф. дис. ... канд. мед. наук. М., 1991.
2. *Кузнецова И. В.* Психолого-педагогические основания реализации здоровьесберегающих технологий в образовательных учреждениях : автореф. дис. ... д-ра психол. наук. М., 2003.
3. *Мещякова Г. П.* Организационно-педагогическое обеспечение реализации здоровьесберегающих технологий в образовательном процессе вуза : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Ставрополь, 2006.
4. *Мир* российского села / под ред. М. П. Гурьяновой. М. : Изд-во ИСПС РАО, 2006.
5. *Никитин С. В., Мубаракишин Р. Р.* Проблемы управления здоровьем детей в сельской местности // Образование и воспитание детей и подростков: гигиенические проблемы : материалы науч.-практ. конф. М. : ГУНЦЗД РАМН, 2002.
6. *Современная сельская начальная малочисленная школа : проблемы гигиены и охраны здоровья учащихся : методические рекомендации /* под ред. М. И. Степановой. М. : Изд-во ИСПС РАО, 2003.
7. *Сонькин В. Д., Зайцева В. В., Макеева А. Г.* Охрана здоровья и физическое развитие детей в условиях современного сельского социума. М. : Изд-во ИСПС РАО, 2006.
8. *Усанова Е. Н.* Состояние здоровья школьников, новые формы организации медицинской помощи, профилактической и оздоровительной работы в школе : автореф. дис. ... д-ра мед. наук. Нижний Новгород, 1997.

Г. Ф. Трубина

Социально-ориентированное школьное образование как фактор качества подготовки специалиста в вузе

Проблема повышения эффективности и качества образования является и будет являться вечной проблемой поколений людей. Пока существует социум, эта проблема будет жить вместе с ним. Это обусловлено тем, что с развитием человеческого общества, происходит развитие всех форм деятельности. Развитие науки и техники, медицины и других неотъемлемых сфер жизни человека – все это ведет к тому, что, несомненно, существует реальная необходимость постоянного улучшения качества образования. Никто не будет оспаривать то, что на ранней стадии человеческого образования, например, детский сад или школа, закладываются основы мышления, создается необходимый базис для дальнейшей жизни

и обучения. В учебных заведениях, дающих среднее специальное и высшее образование, закладываются узкоспециальные знания, которые помогают стать человеку специалистом в той или иной области экономики [1–4]. Сегодня мы говорим об образовании в течение всей жизни, и на самом деле, человек на протяжении всей своей жизни получает, совершенствует и углубляет свои знания. А вот какое качество они имеют, это может субъективно отразить наверное сам человек, его успешность в делах, карьерный рост, увлеченность, удовлетворение от того, чем он занимается. Возможно, вышеперечисленное в какой-то мере может стать этим мерилом качества. Как мы уже выше говорили, все начинается с обучения и выливается в итоговую аттестацию обучающихся. В словаре понятий и терминов по законодательству Российской Федерации об образовании «Качество образования выпускников» [5, с. 20] трактуется как определенный уровень знаний и умений, умственного, физического и нравственного развития, которого достигли выпускники образовательного учреждения в соответствии с планируемыми целями обучения и воспитания.

Качество связано с планируемыми целями, технологиями, способами которые позволяют проверить соответствие результата поставленной цели. Цель и результат должны быть представлены, измерены, охарактеризованы, описаны в одних единицах, в одних параметрах. В брошюре «Концепция управления качеством образования» подготовленной авторским коллективом управления Пермской области и выпущенной Департаментом образования и науки администрации Пермской области [6, с. 14] дается несколько иная трактовка исследуемого понятия: «Под качеством образования ученика будем понимать определенный уровень содержания образования (знаний, способов деятельности, опыта творческой деятельности, эмоционально-личностных отношений), физического, психического, и гражданского развития, которого он достигает на различных этапах образовательного процесса, во взаимосвязи с индивидуальными возможностями, стремлениями, целями воспитания и обучения, можно сказать, что трактовка исследуемого понятия полная, но не безупречная, поскольку требует дополнительных разъяснений и комментариев, „определенности“ уровня».

В «Управление качеством образования» под редакцией доктора педагогических наук М. М. Поташника предлагается определение, которое актуально отражает суть понятия «качество образования» [7]: «Речь пойдет о представлении качества образования как соотношения цели и результата, как меры достижения целей при том, что цели (результаты) заданы только операционально и спрогнозированы в зоне потенциального развития школьника... При этом важно учитывать, что результаты образования обязательно должны включать в себя и оценки того, какой ценой (ценой каких потерь, затрат) эти результаты достигнуты. Речь идет или об отсутствии, или сведении к минимуму негативных последствий образова-

тельного процесса, то есть во всех случаях имеется в виду достижение не любого хорошего, а именно наивысшего возможного при минимально необходимых затратах сил, энергии, времени и т. п. результата, иначе говоря речь идет об оптимальных результатах».

Каждое учебное заведение стремится работать качественно. Высшая школа не всегда довольна качеством подготовки выпускников школ. Для того чтобы подготовить качественного специалиста вуз должен заниматься доучиванием вновь поступивших студентов. Напрашивается вывод – необходимо скоординировать программы обучения школы и вуза. Привести требования вуза и школы к одному знаменателю.

Что же может сделать школа в данном направлении?

1) спрогнозировать и смоделировать те качества (свойства) подготовки выпускника, которые школа предполагает получить «на выходе» образовательного процесса, и которые хотел бы видеть вуз;

2) обеспечивать постоянный мониторинг образования в ОУ, поддерживать достижение требуемого уровня качества образования, адекватно реагируя на его отклонения;

3) повышать качество образования, приводя его в соответствие с требованиями экономики и рынка труда (повышать профессиональный уровень педагогов, качества образовательных материалов, использовать инновационные педагогические технологии).

В настоящее время в нашей стране происходят существенные изменения в национальной политике образования. Прежде всего, это связано с переходом на позиции личностно-ориентированной обучения. Современная школа ставит своей задачей раскрытие потенциала всех участников педагогического процесса, предоставление им возможностей проявления творческих способностей. Решение этих задач невозможно без осуществления вариативности образовательных процессов, в связи с чем появляются различные инновационные типы и виды образовательных учреждений, которые требуют глубокого научного и практического осмысления.

Изменение роли образования в обществе обусловило большую часть инновационных процессов. Из репродуктивного образования совершающегося в традиционных формах, образование становится активным. Все чаще используются такие технологии как деятельностный подход в обучении, методика сотрудничества, что способствует актуализации образовательного потенциала социальных институтов, личности учащихся, которые сами становятся активными участниками своего обучения. Раньше основными ориентирами образования было формирование знаний, умений, навыков, информационных и социальных умений (качеств), обеспечивающих «готовность к жизни», способность адаптации личности к общественным обстоятельствам. Сегодня образование ориентируется на создание таких технологий и способов развития личности, в которых обеспечивается баланс между социальными и индивидуальными потреб-

ностями, которые способствуют саморазвитию, самосовершенствованию, самообразованию личности, обеспечивают готовность к реализации собственной индивидуальности и изменениям, происходящим в экономике и обществе. Многие образовательные учреждения стали вводить инновационные моменты в свою деятельность, что потребовало от педагогического сообщества определенных усилий. Для того чтобы развивать школу, которая бы отвечала современным требованиям экономики и давала качественное образование, необходимо ориентироваться в таких понятиях, как «новое», «новшество», «инновация», «инновационный процесс».

В отечественной литературе проблема инноваций рассматривалась в системе экономических исследований. Вследствие этого возникла проблема оценки качественных характеристик инновационных изменений во всех сферах общественной жизнедеятельности, и определить эти изменения только в рамках экономических теорий не представляется возможным. Появился новый подход к исследованию инновационных процессов, в котором анализ инновационных проблем включает в себя использование современных достижений в области науки и техники, в сферах управления, образования, права и др.

Поиски решения проблем педагогических инноваций связаны с анализом имеющихся результатов исследования сущности, структуры, классификации и особенностей протекания данных процессов в сфере образования.

Что же такое сегодня «инновационное образование»? – это такое образование, которое способно к саморазвитию и которое создает условия для полноценного развития всех участников образовательного процесса; – это образование, которое развивает и развиваются само.

На теоретико-методологическом уровне наиболее фундаментально проблема нововведений отражена в работах М. М. Поташника, А. В. Хуторского, Н. Б. Пугачевой, В. С. Лазарева, В. И. Загвязинского с позиций системно-деятельностного подхода, что дает возможность анализировать не только отдельные стадии инновационного процесса, и изучить его. Как уже указывалось, качество напрямую связано с технологиями обучения.

Современные технологии призваны эффективно решать задачи по передаче накопленного опыта молодому поколению: обучать методам работы с информацией, методам создания новых знаний, методам поддержания необходимого уровня знаний о развивающемся мире. Современный учитель и ученик владеют сегодня, языком науки, языком технологии, которые выступают в качестве основы профессиональной деятельности и оказывают положительное влияние на качество обучения в школе. Данное качество должно далее отразиться на качественной подготовке студента в вузе и как результат деятельности всей цепочки получение высококвалифицированного специалиста.

Технология – от греческих слов *technē* (искусство, ремесло, наука) и *logos* (понятие, учение). В словаре иностранных слов: «технология – совокупность знаний о способах и средствах проведения производственных процессов (металлов, химических...)».

В современной научно-теоретической литературе и практической деятельности выделяют три основных вида технологий: технические, экономические и гуманитарные.

Гуманитарные технологии – технологии самовыражения людей, самореализации их интеллектуальных качеств.

Педагогические технологии гуманитарны по своей природе. Важной особенностью гуманитарной технологии является диалогичность. Условия диалога в гуманитарной технологии обеспечиваются путем преднамеренного конструирования субъект-субъектных отношений, обуславливающих характер индивидуально-личностных изменений учителя и учащихся. Результатом такого взаимодействия будут «состояния», в которых участники педагогического процесса смогут услышать, понять смыслы друг друга, выработать доступный язык общения. Данные технологии являются тем фундаментом, который сможет обеспечить качественное обучение, основанное на равноправном, заинтересованном процессе взаимоотношений учителя и его обучаемых, которые имеют одну цель: качественные знания обучаемого, которые он приобрел в процессе учебы в школе.

Наша страна подписала Болонское соглашение и в рамках данного документа школа должна обращать внимание и на те предложения, которые предлагаются мировым сообществом в области качества образования, это означает, что в идеале необходимо обеспечить такое качество образования, которое позволит каждому выпускнику не только находить для себя оптимальную нишу трудовой деятельности, но и безболезненно менять ее в случае необходимости, самостоятельно выбирая и реализуя наиболее подходящую для этого форму непрерывного дополнительного образования, профессиональной переподготовки.

Библиографический список

1. *Загвязинский В. И.* Инновационные процессы в образовании и педагогическая наука // Инновационные процессы в образовании : сб. науч. тр. Тюмень, 1990.
2. *Развитие школы как инновационный процесс : метод. пособие для руководителей образовательных учреждений* / под ред. М. М. Поташника. М. : Новая школа, 1994.
3. *Пугачева Н. Б.* Источники инноваций общеобразовательного учреждения // Завуч. 2005. № 3.
4. *Хуторской А. В.* Личностная ориентация образования как педагогическая инновация // Школьные технологии. 2006. № 1.
5. *Полонский В. М.* Качество образования выпускников. М., 1995.
6. *Концепция управления качеством образования.* Пермь, 1997.
7. *Управление качеством образования : [практикоориентированная монография и метод. пособие]* / под ред. М. М. Поташника М. : Педагогическое общество России, 2000.

Социально-ориентированное лингвистическое образование в условиях школы с углубленным изучением немецкого языка

Школа является образовательным и воспитательным центром, который выполняет социальную функцию. Педагогический коллектив в течение всего периода обучения знакомит учащихся с миром профессий. Заслуживает внимания опыт МОУ СОШ № 32 г. Нижнего Тагила.

С учетом психологических и возрастных особенностей школьников выделяются следующие этапы социально-ориентированной профориентационной работы в МБОУ СОШ № 32 с углубленным изучением отдельных предметов:

1–4-е классы: формирование у младших школьников ценностного отношения к труду, понимание его роли в жизни человека и в обществе; развитие интереса к учебно-познавательной деятельности, основанной на посильной практической включенности в различные ее виды, в том числе социальную, трудовую, игровую, исследовательскую.

5–7-е классы: развитие у школьников личностного смысла в приобретении познавательного опыта и интереса к профессиональной деятельности; представления о собственных интересах и возможностях (формирование образа «Я»); приобретение первоначального опыта в различных сферах социально-профессиональной практики: технике, искусстве, медицине, сельском хозяйстве, экономике и культуре.

8–9-е классы: уточнение образовательного запроса в ходе факультативных занятий и других курсов по выбору; групповое и индивидуальное консультирование с целью выявления и формирования адекватного принятия решения о выборе профиля обучения; формирование образовательного запроса, соответствующего интересам и способностям, ценностным ориентациям.

10–11-е классы: обучение действиям по самоподготовке и саморазвитию, формирование профессиональных качеств в избранном виде труда, коррекция профессиональных планов, оценка готовности к избранной деятельности.

Учащиеся школы и их родители предъявляют высокие требования к организации образовательного процесса с целью получения качественных образовательных услуг для дальнейшего продолжения обучения в престижных высших учебных заведениях Российской Федерации и зарубежных стран. Интенсивно развиваются прямые международные связи между российскими и зарубежными фирмами, предприятиями, организациями в регионе, расширились прямые связи между российскими и зарубежными школами, разрабатываются совместные образовательные программы по межшкольному культурному и образовательному обмену учащихся, сов-

местной деятельности школ как партнеров в области общеевропейского образования, международного развития школьников, по участию в международных проектах. В связи с этим появляется социальный заказ на изучение нескольких иностранных языков.

С 2007 г. школьники изучают три иностранных языка: немецкий, английский и французский. Вызвано это рядом факторов:

дальнейшим развитием школы как образовательного учреждения лингвистической направленности, ориентированного на формирование всесторонне развитой личности, владеющей несколькими языками, способной интегрироваться в общеевропейскую и мировую культуры;

наличием шестнадцатилетнего положительного опыта в методике преподавания двух иностранных языков;

осознанием учащимися и их родителями значимости владения несколькими иностранными языками как одного из условий успешности личности и будущей профессиональной карьеры;

стремлением сохранить культурное многообразие в связи с общемировой тенденцией распространения английского языка.

Изучение трех иностранных языков позволяет расширить возможности для формирования в образовательном учреждении поликультурной среды на основе диалога культур, создать благоприятные условия для воспитания и развития всесторонне развитой личности, владеющей общеевропейскими компетенциями, которые включают в себя экономическую, политическую, интеллектуальную, экологическую, художественную, музыкальную, языковую и физическую культуры, культуру жизненного самоопределения.

Задача формирования личности учащегося, способной проявить себя в рамках межкультурной коммуникации, развития творческих способностей школьников является для образовательного учреждения приоритетной. Одной из важнейших особенностей учебно-методического обеспечения образовательного процесса в образовательном учреждении является развитие учащихся в условиях дидактической многоязычной среды, созданной с помощью введения в учебный процесс изучения трех иностранных языков, систематического межкультурного общения педагогов и учащихся всех ступеней обучения в школе с представителями зарубежных школ Европы, работы языковых ассистентов из ФРГ, участия в общеевропейских молодежных акциях, конкурсах, проведения в школе мероприятий городского Лингвострановедческого фестиваля.

Непременным условием плюралингвального и поликультурного развития школьников является их участие в международных образовательных программах, которые позволяют совершенствовать коммуникативные умения и навыки учащихся, создают благоприятные условия для языковой практики, развивают способность к адаптации в другом социуме. В меж-

дународных программах, участниками которых ежегодно становятся более 100 школьников, представлены все три иностранных языка:

1) Международная программа «Sprachreisen» для учащихся 10 классов. Проживание в немецкой семье и обучение в гимназии ФРГ. Продолжительность программы – 80–90 дней;

2) Образовательная программа «Europa-Studien-Projekt» для учащихся 3–10-х классов. Ежедневные занятия с немецкими педагогами и экскурсионная программа. Продолжительность программы – 2–3 недели;

3) Программа получения стипендий DAAD для обучения в высших учебных заведениях ФРГ;

4) Российско-американская программа для старшеклассников «Flex», организованная Госдепартаментом США;

5) Летний зарубежный лингвистический лагерь «Europakinderland» для учащихся 9 классов. Обучение в гимназии г. Падерборн. Продолжительность программы – 30 дней;

6) Образовательная программа обучения за рубежом «Education abroad» (Великобритания). Проживание в молодежном лагере, ежедневные 5-часовые занятия;

7) Программа межшкольного обмена с французским коллежем La Cartière. Проживание во французских семьях, обучение в коллеже г. Сент-Авольд. Продолжительность программы – 2 недели.

На базе школы создан центр подготовки старшеклассников к сдаче экзамена на международный сертификат Deutsches Sprachdiplom, городской координационный совет по развитию иноязычного образования. В 2009/10 учебном году образовательное учреждение получило официальный статус DSD-Partnerschule, инновационной школы академической площадки УрО РАО по созданию разноуровневой системы иноязычного образования.

Обоснованность профессионального выбора справедливо считается одним из основных критериев эффективности профориентационной социально-ориентированной работы школы. Данный критерий обусловлен реализацией основных направлений вышеназванной работы. Показателем обоснованности является умение соотносить требования профессии к человеку со знаниями своих индивидуальных особенностей, те из них, которые непосредственно влияют на успех в профессиональной деятельности, т. е. профессионально важные качества. Сформированность последних – дополнительный критерий обоснованности выбора профессии.

Об эффективности работы по профессиональному самоопределению школьников можно судить по осознанному выбору ими профиля обучения на основе соотнесения своих профессиональных намерений с личностными склонностями и возможностями, по самостоятельности в выборе сферы профессиональной деятельности и определении профессионального плана.

Родительскую общественность привлекает престижность образовательного учреждения, возможность изучения детьми иностранных языков, стажировки за рубежом. Учащиеся МБОУ СОШ № 32 с углубленным изучением отдельных предметов к 9-му классу имеют представления о своей будущей профессиональной направленности, но не всегда выбирают свое образовательное учреждение для продолжения образования на старшей ступени обучения (рис. 1).

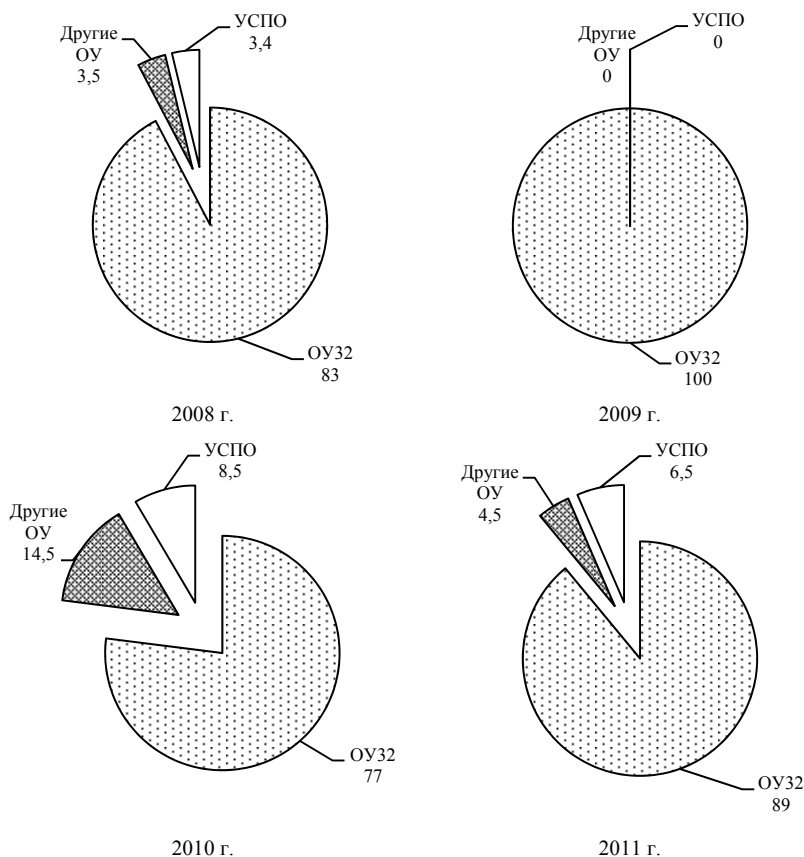


Рис. 1. Жизненные планы выпускников основной школы, %

На старшей ступени обучения происходит расширение языковой, культуроведческой и страноведческой подготовки по иностранным языкам за счет элективных, интегрированных и факультативных курсов; осуществляется предпрофильная подготовка учащихся на основе интегрированных курсов «Технический перевод», «Деловой немецкий».

Ведется активное сотрудничество с высшими и средними профессиональными заведениями города и области по профессиональной ориентации учащихся, проходят встречи с представителями различных профессий, экскурсии на предприятия города.

В среднем 70% выпускников выбирают ежегодно иностранный язык для итоговой аттестации, что говорит о востребованности иностранного языка в профессиональном самоопределении выпускников и об уверенности в своем выборе и в своих знаниях. Иностранный язык рассматривается ими как инструмент карьерного роста и мобильности на рынке труда.

Практически все выпускники выбирают для дальнейшего получения образования высшие учебные заведения (рис. 2).

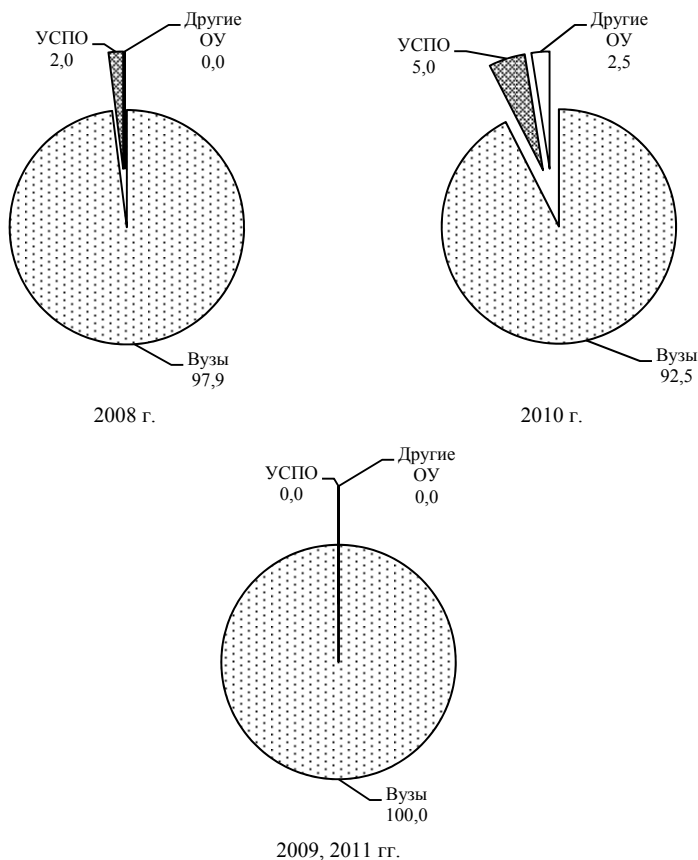


Рис. 2. Выбор учебных заведений выпускниками 11-х классов, %



Рис. 3. Жизненные планы выпускников 11-х классов, %:

* поступающая в педагогический вуз, большинство выпускников выбирают факультет иностранных языков

В условиях рыночной экономики престижность одной профессии сменяется престижностью другой и это соответственно отражается на выборе учебного заведения старшеклассниками. Сущность профориентационной работы в образовательном учреждении сводится к помощи детям и их родителям правильно и своевременно сориентироваться в мире современных профессий. Выпускник школы должен быть убежден в том, что это для него важно сделать выбор в соответствии с его возможностями, способностям и стремлениям. Функционирование МБОУ СОШ №32 с углубленным изучением отдельных предметов как лингвокультурологического центра, создающего все возможные условия для взаимосвязанного коммуникативно-речевого, социокультурного и языкового развития учащихся, способствует профессиональному и социальному самоопределению выпускника, владеющего тремя европейскими языками, и успешной социальной адаптации в различных сферах человеческой деятельности.

И. А. Уваров

Развитие творческого потенциала личности в условиях модернизации образования

В условиях современных тенденций в государственно-политическом и социально-экономическом развитии, углубляющихся процессов демократизации и гуманизации общественной жизни России разрабатывается

новая образовательная парадигма, которая ориентирована на становление и развитие творческой личности, с ярко выраженной субъектной позицией, активной, способной быстро адаптироваться в изменяющихся условиях жизни.

Значимость указанных процессов напрямую связана с приоритетами национального проекта «Образование» и с идеями обновления российской образовательной политики.

В связи с этим, в вопросе о качестве образования сегодня особое внимание уделяется уровню развития творческого потенциала личности, что, в свою очередь, определило необходимость поиска наиболее эффективных средств, форм и методов для решения поставленной проблемы.

В данном контексте важно учесть, что развитие личности, ее творческого потенциала осуществляется лишь в активной деятельности (Б. Г. Ананьев, Н. А. Бернштейн, Л. С. Выготский, В. В. Давыдов, В. П. Зинченко, Ю. Н. Кулюткин, А. Н. Леонтьев, Б. Ф. Ломов, Н. А. Менчинская, Н. Ф. Талызина, Д. Б. Эльконин и др.).

В работе данного направления особое внимание заслуживает концепция поисковой активности (В. В. Аршавский, В. С. Ротенберг), под которой понимается активность, направленная на изменение ситуации или отношения человека к ситуации в отсутствие определенного прогноза результатов такой активности, но с непрерывным контролем результатов на каждой стадии этой активности. Именно поисковая активность является механизмом запуска творческого поведения человека.

Не меньшее в методологическом плане влияние на исследование сущности развития творческого потенциала личности оказали положения креативной онтологии А. И. Субетто, объясняющие разнонаправленность творческой активности человека, а также обоснованные Б. М. Кедровым познавательные-психологические схемы развития творческого процесса, описывающие условия и механизмы преодоления познавательных-психологических барьеров в творческой и учебно-творческой деятельности.

Анализ данных теоретических позиций позволяет утверждать, что одним из значимых факторов в развитии творческого потенциала личности в образовательной деятельности является организация процесса решения профессионально-ориентированных ситуаций, который может быть реализован либо в форме самостоятельной работы при изучении учебных дисциплин с использованием эвристических методов и элементов деловой игры, либо в форме внеурочной самостоятельной деятельности, а также посредством комбинации этих форм.

Профессионально ориентированную ситуацию мы рассматриваем как форму познавательной деятельности, актуализирующей, поддерживающей и развивающей креативность мышления и творческую направленность будущих специалистов через освоение различных функций и ролей субъектов профессиональной деятельности, развитие готовности к актуа-

лизации и саморазвитию профессионально-творческих качеств личности. В аспекте концепции проблемного обучения профессионально-ориентированную ситуацию можно рассмотреть как проблемную задачу в которой описана ситуация нового для слушателей вида и поставлена цель, достижение которой затруднено невозможностью или ограниченностью использования имеющегося у обучающихся опыта мыслительной или практической деятельности, необходимого для ее решения. При этом новизна ситуации требует от них самостоятельной познавательной деятельности и одновременно поиска новых способов организации практической деятельности, направленных на достижение поставленной цели. В процессе решения профессионально-ориентированных ситуаций будущие специалисты овладевают умениями и навыками творчества, развивают творческие способности.

Использование профессионально-ориентированных ситуаций базируется на идее, что основа научения – опыт, который в общем и целом можно определить как сумму принятых решений, проведенных манипуляций и др. При этом интересен и «свой», и «чужой» опыт. Применение метода заключается в подборе профессиональных ситуаций в соответствии с учебными целями, самостоятельном изучении ситуации обучающимися, групповом обсуждении решения проблемы, публичных выступлениях обучающихся при представлении решений. Это требует повышения уровня осмысления и личностной значимости, предложенной в каждой задаче-ситуации нового для студентов вида с последующим ее изменением.

Рассматривая сущностную характеристику понятия «потенциал» как источник, возможность, средство, запас, то, что может быть приведено в действие, использовано для достижения определенной цели, решения какой-либо задачи, выделяем следующие составляющие творческого потенциала используемых в учебно-творческом процессе профессионально-ориентированных ситуаций:

многообразие видов, форм и технологий предоставления производственной информации; многофункциональность и доступность материала;

учет профессиональных потребностей и возможностей восприятия обучающихся; отражение ценностных установок окружающего социума.

Реализация творческого потенциала профессионально-ориентированных ситуаций в процессе подготовки будущих специалистов позволит обеспечить обучающихся не только информационным банком производственных знаний, умениями самостоятельно исследовать и использовать информацию, но и актуализировать в их сознании систему социально-профессиональных ориентаций, создать реальную основу для вхождения в профессиональное пространство как самоценное явление, обеспечить повышение уровня креативной компетентности слушателей в единстве с развитием ценностно-смысловых оснований их профессиональной деятельности.

Анализ профессиональных ситуаций, отражающих содержание производственных задач и проблем деятельности будущих специалистов, позволил нам классифицировать профессионально-ориентированные ситуации на по следующим составляющим:

характеристике опыта (положительная, отрицательная);
частоте появления (стандартная, критическая, экстремальная), дидактическим позициям (ситуация-иллюстрация, ситуация-оценка, ситуация-упражнение).

В процессе исследования были разработаны критерии качества конкретных ситуаций и требования к конкретным ситуациям с позиций профессионально-творческой деятельности специалиста. Было выявлено, что методически правильно построенный анализ конкретных ситуаций позволяет обучающимся приобрести знания, обменяться опытом практической деятельности, приобрести опыт поведения в незнакомой ситуации, научиться избегать ошибок и неверных решений, сформировать креативные навыки и умения, научиться прогнозировать и планировать свою профессионально-творческую деятельность.

Таким образом, профессионально-ориентированные ситуации выступают как средство обучения, обеспечивающего активизацию учебно-творческого процесса, как инструмент для самостоятельной работы по освоению знаний, организации и поиска информации, как источник получения и обработки информации, как фактор развития инновационных методов развития творческого потенциала будущих специалистов в условиях модернизации образования.

Е. А. Угрюмова

Реализация психодидактических идей в контекстном обучении

Контекстное обучение – это обучение в контексте самообразования, самореализации, профориентации. Согласно идеям А. А. Вербицкого оно построено на включении в обучение деятельностной основы.

Актуализация знаний возможна в деятельности обучающегося, поэтому, следуя реализации принципов контекстного обучения, организация обучения строится на сочетании теории и практики.

Говоря о первом принципе контекстного обучения (принцип педагогического обеспечения личностного включения обучающегося в учебную деятельность), возникает необходимость говорить о психодидактике.

Совсем не значит, что контекстное обучение не может обойтись без психодидактики и наоборот, но сегодня речь все чаще идет о интегративных процессах. Таким образом, эффективность образовательного процесса будет наиболее продуктивна, если гармонично и логично сочетать принципы контекстного обучения и идеи психодидактики.

Идеи психодидактики логично перекликаются с принципами контекстного обучения.

Так, идея личностного подхода и принцип единства обучения и воспитания личности предполагают развитие индивидуальности, самобытности, неповторимости учащегося, раскрытие его природного дара. Идея выращивания (выращивание знаний и способностей через создание условий для саморазвития), созвучна принципу адекватности форм организации учебной деятельности обучающихся целям и содержанию образования.

Идея деятельностного подхода (способности обнаруживаются и развиваются только в деятельности, именно деятельность стоит между обучением и личностным развитием) и идея рефлексии (анализ, осознание осуществленной деятельности и самого себя в этой деятельности) перекликаются с принципом педагогического обеспечения личностного включения обучающегося в учебную деятельность.

В основе идеи проблемности и принципа проблемности содержания обучения и процесса его развертывания в образовательном процессе лежит проблемная ситуация интеллектуального затруднения. Эта идея – дальнейшая реализация потенциала личностно-ориентированного образования, где происходит переход учителя на позицию консультанта и наставника.

Идея оптимизации и идея крупных блоков, в которой учебный материал подается крупными «мазками», без деталей («скелет» темы, общая ориентировка) перекликается с принципом последовательного моделирования в учебной деятельности обучающихся, целостного содержания форм и условий деятельности.

Идея сотрудничества и принцип ведущей роли совместной деятельности межличностного взаимодействия и диалогического общения субъектов образовательного процесса (учителя и обучающихся, обучающихся между собой) можно выразить словами Ш. А. Амонашвили: «Сделать ребенка добровольным и заинтересованным соратником, единомышленником учителей и родителей».

Идея системного подхода находит свое отражение в принципе педагогически обоснованного сочетания новых и традиционных педагогических технологий.

Специфика практического применения идей такова, что идеи проявляются и внедряются комплексно и реализация одной из них влечет за собой другую. Центральной психодидактической идеей является, безусловно, идея личностного подхода, все остальные развивают и дополняют ее.

Практическое применение идеи личностного и деятельностного подходов в образовательном процессе позволяет эффективно формировать креативное мышление школьников через различные формы уроков. В процессе обучения личностное и интеллектуальное развитие обучаемого выступает как один из образовательных принципов контекстного обучения.

Стоять на позиции личностного роста сегодня и сложно, и важно, и результативно для обучающегося.

Реализация идеи выращивания активно реализуется на уроках защиты творческих работ. При организации такого урока учитель помогает ребятам подобрать информацию, выбрать форму подачи материала, определить логику его изложения, он начинает и заканчивает урок, определяет очередность представления презентаций и макетов, организует обратную связь с другими учащимися, т. е. является координатором учебного процесса. Самостоятельность учащихся проявляется в отборе информации, выборе формы ее изложения (учитель лишь направляет), распределении ролей при подготовке проекта, представлении проекта.

В ходе защиты творческих работ наряду с традиционными уже компьютерными презентациями учащиеся представляют макеты проектов. Таким образом, начиная с 5 класса, включаем ребят в проектную деятельность. В силу возраста, здесь более уместны информационные проекты, когда ученики готовят по определенному плану сообщения, а затем выступают с ними на уроке. Предпочтение отдаем групповым формам творческих работ, поскольку при групповом решении проблемы используются разные возможности членов группы. Такого рода «коллективный синтез» приводит к более высоким достижениям, чем простое суммирование успехов отдельных учеников. В этом и состоит суть группового эффекта. Кроме того участие в групповой деятельности дает возможность многим ребятам приобрести навыки самоуправления, сотрудничества, взаимопомощи.

Творческие проекты, о которых говорилось выше, носят преимущественно информационный характер. В старших классах это уроки разработки и защиты исследовательских работ, которые позволяют реализовать идею проблемности.

При подготовке исследовательских проектов заранее выбирается тема исследования, объект и предмет исследования, цели и задачи, гипотезы и пути решения поставленной проблемы. Потом планируется сам эксперимент, его проведение, проводится анализ полученных результатов, их оформление.

Работа над проектом позволяет учащимся приобрести навыки полезные для участия в научно – практических конференциях. Метод учебных проектов предусматривает развитие познавательных навыков учащихся, умений самостоятельно конструировать свои знания, анализировать полученную информацию, выдвигать гипотезы и способы достижения. Результатом этих уроков является ежегодное участие моих учеников в конкурсах исследовательских работ различных уровней.

Актуален для контекстного обучения деятельностный подход – это организация учебного процесса, в котором главное место отводится активной и разносторонней, в максимальной степени самостоятельной познавательной деятельности учащегося. Для того, чтобы знания учащихся

были результатом их собственных поисков, необходимо организовать эти поиски, управлять учащимися, развивать их познавательную деятельность.

Эта идея реализуется при проведении лабораторных уроков. Несмотря на большое разнообразие форм ИКТ, в том числе виртуальных лабораторий, традиционный лабораторный объект не потерял своей актуальности. Подобные уроки дают учащимся возможность знакомства с биологическими объектами, актуализируют теоретические знания, делая их более понятными для учащихся. Так, в качестве домашних заданий к урокам в 8 классе предлагается исследовать самочувствие ученика. В ходе урока лабораторная работа строится, как правило, в два этапа. На первом этапе учащиеся самостоятельно описывают объект, следуя предложенному плану. На втором этапе идет работа с учебником, которая способствует развитию смыслового чтения.

Психодидактическая идея рефлексии на уроке в рамках контекстного обучения – это совместная деятельность обучающихся и учителя, позволяющая совершенствовать учебный процесс, ориентируясь на личность каждого ученика. Примером такой деятельности может быть составление кластера. Большой потенциал имеет этот прием на стадии рефлексии: это исправления неверных предположений в «предварительных кластерах», заполнение их на основе новой информации, установление причинно-следственных связей между отдельными смысловыми блоками (работа может вестись индивидуально, в группах, по всей теме или по отдельным смысловым блокам). На стадии рефлексии работа с кластерами завершается. Можно усилить эту фазу, предоставив учащимся возможность самостоятельно продолжить исследование по теме или выполнить творческое задание.

Реализацию идеи рефлексии (остановиться и оглянуться) считаем важной. Успехи и неудачи обсуждаем совместно с учащимися, при этом особое внимание к чувствам и эмоциям ученика: важно помочь заметить изменения происходящие в нем самом и вокруг него.

В системе используем такие формы организации рефлексивной практики как ведение дневников, обсуждение итогов занятий, событий, актуальных вопросов жизнедеятельности и задач саморазвития, написание отчетов о своих наблюдениях.

Таким образом, реализация принципов контекстного обучения в союзе с психодидактическими идеями позволяет продуктивно организовать процесс образования в новой образовательной парадигме, во главе угла которой поставлено самообразование, самоопределение и самореализация обучающегося.

Использование свойств синергетических систем в практике учителя информатики

Концепция активно внедряющихся ФГОС делает ученика субъектом образования, имеющим свои цели, свою волю и способности к саморазвитию, что сближает современную педагогику с синергетикой – наукой о саморазвивающихся системах. Изучаемые синергетикой закономерности развития сложных, неравновесных, открытых, нелинейных систем в настоящее время обнаруживаются в совершенно различных по своей природе системах: в физических, химических, биологических и социальных. Учет и использование основных свойств и состояний синергетических систем открывает новые возможности для определения путей совершенствования методики, используемой на любом предмете, в том числе и при обучении информатике. Поэтому более подробно рассмотрим свойства синергетических систем и покажем специфику их использования в педагогической практике.

В качестве первого свойства, присущего синергетическим системам, выделим открытость.

Современные информационные технологии открывают перед любым учителем, а особенно перед учителем информатики новые возможности для создания именно открытой образовательной среды, способствующей взаимодействию всех субъектов образовательного процесса. Современные коммуникационные технологии, используемые на уроках (технология web 2.0, создающая пространство для совместной работы учащихся, форумы, системы телевидения для организации вебинаров, сетевые конкурсы и олимпиады) позволяют фактически стереть границы классноурочной системы и организовать конструктивное общение учащихся разных школ и даже разных городов на заданную тему.

Например, ученикам в качестве домашнего задания после изучения темы «Глобальная компьютерная сеть» можно предложить вместе с родителями принять участие в форуме «Безопасный интернет: нужны ли рамки». Такие совместные открытые мероприятия позволяют и родителям и детям учиться друг у друга, узнавать и понимать друг друга.

Все большую популярность приобретают вебинары – мультимедийные конференции, особенно актуальные для учащихся старших классов.

Не менее важным в практике оказалось использование сетевых сервисов Google. На основе объединения возможностей календаря и текстового редактора Google docs удалось создать полноценную систему для консультаций по домашнему заданию.

В настоящее время используемая в Свердловской области и в нашем образовательном учреждении информационная система «Сетевой город»

позволяет организовать определенный уровень взаимодействия между педагогами, администрацией школы, учащимися и их родителями. Однако это взаимодействие идет на административном уровне и является частично закрытым, поэтому представленные возможности существенно дополняют используемую в нашем образовательном учреждении информационно-образовательную среду.



Информационная образовательная среда МАОУ гимназии № 18 г. Нижний Тагил

Другим важным свойством синергетических систем является сложная нелинейная связь различных характеристик внутри системы или с ее внешней средой. Процесс обучения и воспитания, являясь сложной саморазвивающейся системой, также не может быть линейным. Скорость усвоения учебного материала учащимися возрастает по мере овладения операциями, существенными для дальнейшего обучения.

Решение учеником трех однотипных задач не улучшает его умение в три раза. Только если каждая последующая задача требует от ученика больших интеллектуальных усилий и большей креативности, чем предыдущая будет получен нужный результат. В соответствии с этим образовательный процесс по информатике мы строим по концентрическому принципу не только в каждом классе, но и на каждом уроке. Задачи и упражнения подбираются на основе принципа от простого к сложному, причем на каждом следующем шаге мы стараемся использовать проблемные задания, требующие самостоятельного исследования или творческого подхода.

Когда в 5-м классе учащиеся начинают изучать единицы измерения информации с ними отрабатываются в основном репродуктивные умения по их узнаванию, сопоставлению, сравнению и переводу из одних единиц информации в другие.

В 6-м классе учащиеся знакомятся с объемом информации 1 символа и на основе аналогии решения задач о скорости и времени самостоятельно приходят к выводу о возможности определения скорости передачи данных. В этом случае можно предложить учащимся самостоятельно провести несколько исследований:

узнать, как измеряется скорость передачи данных в сети и в каких единицах;

разобраться на практике как находится объем информации, содержащийся в книге;

понять соответствует ли скорость печати принтера, обозначенная в инструкции с реальной скоростью;

какие виды носителей цифровой информации существуют и какой объем на них можно разместить.

В рамках данной темы в 7-м классе можно дать возможность учащимся на практике посмотреть, сколько места занимает текст в памяти компьютера и попробовать самим определить, от чего зависит объем текстового файла. Они обосновывают, почему 1 символ занимает 1 байт в памяти компьютера. После этого мы решаем уже комбинированные задачи, когда необходимо определить не только размер документа, но и время, за которое его можно передать другу по электронной почте.

В следующих классах учащиеся изучают и другие подходы к измерению информации и учатся определять размеры других видов файлов (графических, звуковых).

В 10-м классе учащиеся знакомятся с формулой Шеннона как обобщением всем подходам к измерению информации. Перед ними ставится задача – обобщить все изученные подходы к измерению и показать применение общего подхода к измерению любого вида информации.

Следующими важными свойствами синергетических систем являются автопоэзисность и стохастичность. Автопоэзисность – это свойство, определяющее необходимость в саморазвитии, а стохастичность – невозможность заранее предсказывать получаемый результат, носящий только вероятностный характер. Эти свойства определяют необходимость использования на уроках развивающего обучения в соответствии с его главными принципами: ученика нельзя научить, он может только сам научиться; любой результат, давший развитие личности ребенка, является положительным.

Поэтому на уроках информатики надо учить учиться, т. е. планировать свою деятельность, искать информацию, отбирать нужную, проверять ее достоверность, представлять в наиболее удобном виде и применять для решения практических задач, после чего давать оценку собственным действиям и их эффективности.

В соответствии с этим на уроках рекомендуется давать задания на объяснение материала в малых группах самими учащимися, на составле-

ние ими различных инструкций и алгоритмов для более младших школьников. Самостоятельную работу на уроке следует организовывать, начиная с простейших типовых практических упражнений, переходя к мини исследованиям в лабораторных работах, а затем к выполнению творческих заданий. Кроме того, на уроках информатики будут эффективно использование кейс-метода. Учащиеся получают от учителя пакет документов (кейс), при помощи которых либо выявляют проблему и пути ее решения, либо вырабатывают варианты выхода из сложной ситуации, когда проблема обозначена.

Заключительным этапом в организации самостоятельной работы учащихся на уроке является использование метода проектов.

Следует отметить, чтобы обучение учащихся было более продуктивным их необходимо обучить умениям самооценки и самоконтроля, что является обязательным составляющим свойства стохастичности синергетических систем.

Е. А. Уткина, И. В. Неболюбова

Герменевтика в правовой коммуникации

Построение правового государства в России актуализирует проблему коммуникативной подготовки специалистов в области права, приоритетом которой все больше становится формирование их конкурентоспособности, готовности к решению различных задач, благодаря достаточному уровню подготовки к правовой коммуникации. Это связано с тем, что общение – существенная составляющая деятельности каждого юриста, которая в значительной степени имеет процессуальный, самодовлеющий характер, а следовательно, выступает базисной основой его профессионального становления, последующей самореализации, интеграции в корпорацию специалистов, обеспечивает общественное признание. В условиях острой конкуренции на рынке труда владение средствами правовой коммуникации позволяет оперативно включаться в производственную деятельность, ориентироваться в изменяющихся условиях повседневной действительности, успешно преодолевать коммуникативные барьеры. Именно это позволяет рассматривать проблему подготовки будущих юристов к правовой коммуникации как животрепещущую, решать ее посредством усвоения обучающимися стандартов профессионального общения, через общепрофессиональную и предметную подготовки.

Очевидно, что в этой связи феномен правовой коммуникации попадает в поле зрения целого ряда дисциплин профессионального образования, рассматривающих право в качестве объекта исследования, но различающихся по своей предметной области: философии права, сосредоточивающей внимание на нормативно-ценностных и идеологических аспектах;

истории права, исследующей конкретно-правовую деятельность; различных дисциплин, изучающих юридические вопросы социально-правовых отношений и т. д. С другой стороны, проблемы, порождаемые правовой коммуникацией, одновременно оказываются и в предметном поле так называемых пограничных правовым дисциплинам, занимающих своего рода промежуточное положение между правом и другими областями знания: социологии, изучающей воздействие всей совокупности общественных отношений на выработку стратегий правовой деятельности в социуме; педагогики, юридической психологии, исследующей ценностные ориентации, потребности, настроения, чувства и другие психологические компоненты личности. В подготовке коммуникационных аспектов деятельности будущего юриста особую значимость приобретают такие дисциплины, как культура речи, психология общения, риторика и т. д.

В то же время правовая коммуникация оказывается и в числе явлений, которые не укладываются в привычные рамки парадигм, в известной мере претендующих на роль универсальных метатеорий и включающих в себя собственно коммуникационно-правовые подходы в интеграционном взаимодействии в системе профессионального образования. Обладая известными достоинствами методологического, онтологического и гносеологического порядка, классические концепции сталкиваются с определенными трудностями при изучении и объяснении коммуникационных феноменов, ставших неотъемлемой частью современного правового мира.

Так как коммуникация в сфере права, или правовая коммуникация, подобно любым другим коммуникационным актам, может преследовать три цели: передачу информации, изменение мнения, изменение поведения информируемых, то особо значение в системе подготовки будущих юристов к правовой коммуникации приобретает такое научное направление как юридическая герменевтика.

В центре внимания герменевтики — проблема смыслообразования, смыслосозидания в контексте отношений объективно-содержательных характеристик смысловых образований и конкретных форм их функционирования.

Непосредственным предметом юридической герменевтики как науки и искусства, теории и практики интерпретации и понимания коммуникативно-правового знания является текст как знаковая система, которая является носителем смысловой информации и имеет языковую природу.

Вопросы толкования и интерпретации правовых норм всегда были в центре дискуссии в истории и теории государства и права, и, оказываясь в центре внимания отечественного правоведения, получили по отдельности необходимую разработку. Комплексное же изучение правоприменительного толкования велось при этом преимущественно фрагментарно и бессистемно. Недостаточное внимание ученых к данной проблеме имеет следствием то обстоятельство, что ее разработка находится на сегодняш-

ний день в неудовлетворительном состоянии. В научной литературе все еще отсутствует признанное родовое определение правоприменительного толкования, не выяснены его юридическая природа, признаки и основные черты, не раскрыты в полной мере его роль и функциональные возможности в механизме правового регулирования. Наконец не выявлены герменевтические методы и принципы толкования правовых норм [1].

Опираясь на знание истории и основных положений герменевтики как общей теории понимания, а также изложенные ранее возможности применения герменевтических подходов в образовании, мы определили сущность понятия «герменевтическая интерпретация коммуникативно-правового знания», которая заключается в аналитико-синтетической деятельности обучающихся по глубокому личностному творческому постижению, предшествующему непосредственному использованию этого знания в практической профессиональной деятельности и представляющей собой рефлектирующее проектирование предстоящего коммуникативно-правового процесса с учетом условий широкого социально-правового контекста при активном участии языка, выполняющего в интерпретации фиксирующую, диагностическую и эвристическую функции.

В основе герменевтической интерпретации – преодоление субъектом противоречия между обобщенным характером коммуникативно-правового опыта, воплощенного в коммуникативно-правовом знании и зафиксированного в понятиях как объективное значение знания, и конкретным характером присвоения этого знания, смыслами, представляющими собой субъективную ценность объективных значений.

Особенностью герменевтической интерпретации коммуникативно-правового знания является органичное соединение в едином процессе перспективы с ретроспективой, познания и рефлексии.

Ориентиры герменевтической интерпретации основаны на толковании правовой действительности во всем многообразии коммуникативных контекстов, в каждом из которых интерпретируемые коммуникативно-правовые знания приобретают специфическое содержание, раскрываются в разных отношениях.

В основе механизма герменевтической интерпретации коммуникативно-правового знания, его эффективного присвоения – установление связи между логико-познавательной и ценностно-смысловой характеристиками коммуникативной деятельности через осознание взаимодополнительности объективного значения и субъективного личностного смысла знания в едином процессе антиципации (предвосхищения) и рефлексии субъекта правовой деятельности [2].

На фоне сложившихся общенаучных моделей объяснения и интерпретации знания понимание коммуникативно-правового знания непосредственно связано с такими понятиями, характеризующими интерпретирующую деятельность, как «познание», «исследование», «объяснение», «по-

стижение», «изучение», «освоение», «присвоение». Результатами интерпретирующей деятельности могут быть либо объективные характеристики осваиваемого знания (выведенные в ходе сугубо рациональной деятельности наиболее общие понятия и причинно-следственные зависимости), либо субъективно-эмоциональная трактовка постигаемых знаний (ценностное отношение к предмету понимания, формирующееся в контексте конкретного профессионального опыта) [3].

Таким образом, герменевтическое направление в системе юридического образования сегодня разрабатывается с целью определения методов и приемов, способствующих приближению, т. е. к наиболее полному и всестороннему постижению будущего юриста реальности в целом в контексте взаимодействия аффективных и интеллектуальных начал деятельности на основе соединения рационального и иррационального в познании и понимании коммуникативно-правовой действительности.

Библиографический список

1. *Атарцикова Е. Н.* Герменевтика в праве (историко-правовой анализ) : дис. ... д-ра юрид. наук. СПб, 1999.
2. *Закирова А. Ф.* Понятийно-терминологическая система педагогики : герменевтико-интерпретационный подход : учеб. пособие. Тюмень : Изд-во ТГУ, 2007.
3. *Закирова А. Ф.* Педагогическая герменевтика : [монография]. М. : Изд. дом Шалвы Амонашвили, 2006.

Е. А. Уткина

Лингвистическое образование в сфере профессиональной подготовки кадров

Язык как неотъемлемая часть духовной культуры личности является значимым фактором и инструментом общения, в том числе профессионального общения, что обосновывает целесообразность обращения к лингвистическому образованию, способствующему подготовке кадров к профессиональной коммуникации.

Лингвистика в сфере профессиональной коммуникации сегодня приобретает новое значение не только в силу того, что является одним из основных средств профессиональной деятельности и определяет ее успешность, но и потому что открывает новые возможности для профессионального развития личности. Между тем изучение проблемы показывает, что специалисты разных сфер деятельности далеко не в полной мере используют свой лингвистический потенциал для профессионального развития, и это ставит перед образованием новую проблему – определение путей, условий и средств использования лингвистических умений и навыков в профессиональной коммуникации как неотъемлемой части профессионального обучения будущего специалиста [2].

Лингвистика присутствует во многих сферах общественной деятельности. На сегодняшний день знание языка стало обязательным условием при трудоустройстве выпускников учебных заведений. В настоящее время в России проводятся реформы в области образования, где четко выявлены приоритетные направления: информатизация образования, обучение иностранным языкам, овладение социально-экономическими знаниями. Таким образом, грамотность (с одной стороны, как умение правильно и ясно говорить, а с другой – как умение грамотно писать) стала одной из главных причин, которая способствует популярности и престижности лингвистического образования.

На данный момент в современных общеобразовательных учреждениях есть положительные тенденции, которые определяют развитие лингвистического образования: 1) дополнительные лингвистические дисциплины, такие как культура речи, стилистика, риторика. 2) дополнительное, углубленное изучение родного языка и иностранного, которое осуществляется за счет обязательных и факультативных курсов. 3) усиление принципа интегративности (технический и художественный переводы, лингвострановедение) [3].

Лингвистическое или филологическое образование базируется на основной концепции: «Филолог как интерпретатор текста» (С. С. Аверинцев). Отсюда вытекают вечные специализации, определяемые лингвистикой: педагог (преподаватель, учитель родного и иностранного языков), переводчик, референт, библиотекарь, документовед, литературный краевед, редактор. Таким образом, лингвистика обеспечивает доступ к престижным и творческим профессиям, уже существующим и только появляющимся.

Прежде всего лингвист – это человек изучающий язык как универсальный инструмент коммуникации. Основные задачи лингвиста, как считает В. Н. Симкин, являются [4]:

- установление природы и сущности языка;
- изучение структуры языка;
- изучение языка как целостной системы;
- изучение вопроса развития языка;
- изучение вопроса возникновения и развития письма;
- классификация языков.

Таким образом, в настоящее время лингвистика – популярная и востребованная специальность в сфере профессиональной коммуникации. Владение языком необходимо и бизнесменам, и политикам, и менеджерам. Хорошая и правильная речь является одним из главных компонентов в умении вести переговоры, достигать эффективности в профессионально-коммуникативной деятельности. Лингвистика активно реагирует на новое отношение к коммуникации, на компьютерные технологии, процессы глобализации. В связи с чем, современная лингвистика может включать изу-

чение основ математического моделирования и искусственных языков, будущим лингвистам зачастую при получении профессии приходится знакомиться с основами информатики, программирования, фундаментальной и прикладной математики, а также с базами данных и системами автоматизированного перевода. Такие специалисты обладают значимыми для профессионально-коммуникативной сферы возможностями и необходимы для работы не только в образовательных учреждениях и исследовательских институтах, но и в фирмах, занимающихся автоматическим переводом и программами распознавания речи.

Рассмотрев различные точки зрения на определение понятия «профессиональная коммуникация» (коммуникация, в процессе которой конструируются профессиональные сообщества (А. Ю. Колянов), процесс возникновения взаимопонимания в определенной предметной области (А. И. Каптерев), процесс обмена информацией между специалистами (В. А. Минкина), мы в рамках нашего исследования базируемся на идеях Н. А. Воробьевой, которая под профессиональной коммуникацией понимает профессионально обусловленный процесс обмена информацией между представителями одной профессии в познавательно-трудовой и творческой деятельности, направленный на профессиональное развитие, в ходе которого создаются профессиональные сообщества, характеризующиеся определенными нормами мышления, поведения и взаимодействия между членами сообщества [1].

В данном контексте профессиональная коммуникация включает в себя открытую систему знаний в области коммуникаций, профессионально ориентированных информационных и коммуникационных умений, актуализация которых происходит в реальных профессионально ориентированных ситуациях [1].

Опираясь на научные разработки Н. А. Воробьевой, можно выделить следующие компоненты в структуре профессиональной коммуникации: мотивационно-потребностный, когнитивный, деятельностный, рефлексивный. Так, мотивационно-потребностный компонент рассмотрен в проявлении в стремлении к профессиональной коммуникации, возникновении коммуникационных потребностей. Мотивация к активной профессиональной коммуникации с коллегами и участию в профессиональных сообществах включает в себя внешние (требования современного общества к профессиональной деятельности) и внутренние мотивы (потребность в саморазвитии и личностной самореализации).

Когнитивный компонент можно охарактеризовать знанием форм, видов, средств и способов использования лингвистики в коммуникации, ее роли в профессиональной деятельности; знанием лингвистических коммуникативных кодов, стратегий, тактик, умений интерпретировать информацию и использовать ее различные виды, что позволяет эффективно осуществлять профессиональную коммуникацию и достигать поставленной цели, то есть решать профессиональные задачи.

Деятельностный компонент включает умения: поисково-ориентировочные, конструктивные (умение выбирать вид и средства коммуникации, умения вербальной и невербальной коммуникации), организаторские (умение организовать коммуникацию, в том числе и лингвистическими средствами, умение варьировать коммуникативные средства), гностические (умение анализировать и прогнозировать, регулировать речевое поведение адекватно ситуации).

Рефлексивный компонент заключается в способности осмысливать, анализировать и пересматривать как свой уровень лингвистической подготовки, так и опыт профессиональной коммуникации. Рефлексивный компонент является основой развития профессиональных рефлексивных качеств, таких как самооценка, самопознание, самоконтроль.

Библиографический список

1. *Воробьева Н. А.* Структура профессиональной коммуникации в сфере образования. URL : <http://www.emissia.org/offline/2009/1314>.
2. *Лингвистика.* URL : <http://www.wikipedia.org/wiki>.
3. *Копылова В. В.* К проблеме модернизации содержания общего образования // Иностранные языки в школе. 2002. № 5.
4. *Оценка качества подготовки выпускников основной школы по иностранному языку* / [сост. В. Н. Симкин]. М. : Дрофа, 2000.

Л. А. Чусовитина

Формирование здорового образа жизни средствами физической культуры и спорта во внеурочное время

Формирование культуры здорового и безопасного образа жизни на ступени среднего профессионального образования – это комплексная программа формирования знаний, установок, личностных ориентиров и норм поведения, обеспечивающих сохранение и укрепление физического, психологического и социального здоровья молодежи как одного из ценностных составляющих, способствующих познавательному и эмоциональному развитию личности.

Сформировать отношение к здоровью как важнейшей ценности, дать необходимые для жизни каждого индивидуума знания, научить придерживаться здорового образа жизни – основная цель современного образования. Одной из составляющих формирования культуры здорового образа жизни являются занятия физической культурой и спортом.

Многолетний опыт проведения различных социально-направленных по пропаганде здорового образа жизни показал, что для обеспечения эффективности необходимо не только проведение однодневных спортивно-массовых мероприятий. Необходимо задействовать молодежь не только во время занятий, но и использовать внеурочное время для закрепления культуры здорового образа жизни личности и семьи.

Все мы знаем, что студенческая жизнь — это уникальный этап формирования фундаментальных знаний, происходит интенсивная социализация личности и понимание важности собственного интеллектуального и физического развития как предпосылки к будущей успешной профессиональной деятельности.

Осуществленные педагогические наблюдения, опрос студентов, ГАОУ СПО СО НТГПК им. Н. А. Демидова позволили изучить широкий спектр характеристик, связанных с разными аспектами образа жизни молодежи. Обращает внимание тот факт, что большинство студентов имело высокую оценку по физической культуре по окончании средней школы, однако уровень их подготовленности не отвечал требованиям государственных тестов и нормативов. В большинстве случаев студенты не осознают состояние своего здоровья, почти 50% не знают собственного функционального состояния после дозированных физических нагрузок. На основании проведенного опроса, мы можем утверждать, что использование свободного от урочной деятельности времени, тратилось и тратится большинством студентов на работу за компьютером.

Одно из условий формирования культуры здорового образа жизни является взаимодействие образовательных учреждений различных ступеней образования через спортивно-массовые и физкультурно-оздоровительные мероприятия (соревнования и спартакиады среди СПО по популярным видам спорта, спортивные праздники, конференции и т. п.). Состязательность, конкурентность во всех формах являются лучшим стимулом для интеллектуальной, творческой и физической активности молодежи. Во время таких мероприятий всегда осуществляется ориентирование студентов педагогами в направлении ведения здорового образа жизни, ведется разъяснение важности высокого уровня здоровья ради эффективной профессиональной и общественной деятельности. Все это является действенным обоснованием в формировании культуры досуга и здоровьесформирующего поведения современной молодежи.

Для усиления эффективности воздействия и закрепления формирования здорового образа жизни в ГАОУ СПО СО НТГПК им. Н. А. Демидова создан спортивный клуб «Олимпиец». Деятельность спортивного клуба строится на принципах приоритета общечеловеческих ценностей, жизни и охраны здоровья обучающихся, свободного физкультурного образования, воспитания гражданственности и любви к Родине, реализуемых через физкультурно-оздоровительные и спортивные программы разных уровней.

Целью спортивного клуба является организация и проведение спортивно-массовой работы в колледже во внеурочное время, формирование у обучающихся ценностного отношения к своему здоровью, привычки к активному и здоровому образу жизни.

Деятельность клуба направлена на привлечение обучающихся, педагогов и родителей к систематическим занятиям физической культуры и спортом для укрепления их здоровья и формирования здорового образа жизни. В результате, членами клуба являются не только профессиональные спортсмены, а также студенты, проживающие в общежитии, обучающиеся «группы риска», студенты, не выполняющие нормативы по физической культуры. Тем самым, более подготовленные студенты помогают совету клуба при подготовке всех уровней обучающихся.

Мероприятия, направленные на формирование здорового образа жизни включают в себя профилактику алкоголизма, наркомании, токсикомании, искоренении вредных привычек. Активная деятельность участников клуба реализуется не только через занятия физической культурой и спортом во внеурочное время, а также участием в мероприятиях по профилактике правонарушений и распространении вредных привычек среди студентов. Активное участие в таких социально значимых акциях, как «Брось сигарету – возьми конфету!», участие в городской акции «Будь здоров!», посвященной Всемирному дню отказа от курения, участие в финальному туре Областного конкурса «Самый некурящий ССУЗ» (2-е место), конкурс листовок «Мы против СПИДа!», конкурс презентаций по профилактике всех видов зависимости «Умей сказать нет!», участие в городской акции «Здоровье – наша цель» (проблемы туберкулеза, ВИЧ и т. п.).

Практика показывает, что за счет организации досуговой деятельности наблюдается снижение роста и распространения среди молодежи зависимости к вредным привычкам, повышается социальная стабильность, создаются условия более полного включения подростков в социально-экономическую, правовую и культурную жизнь общества. Активное взаимодействие образовательных учреждений, общественных и молодежных организаций, учреждений физической культуры и спорта, правовых структур при формировании и пропаганде здорового образа жизни даст устойчивые результаты на долгосрочную перспективу.

Библиографический список

1. *Профилактика* негативных явлений в молодежной среде : метод. пособие / под ред. М. Б. Дерягиной. 2-е изд., испр. и доп. Красноярск, 2008.
2. *Стратегия* развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года : распоряжение Правительства РФ от 7 августа 2009 г. № 1101-р.
3. *Стратегия* формирования здорового образа жизни средствами физической культуры и спорта: опыт, перспективы развития : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Тюмень : Вектор Бук, 2013. Ч. 1.

Формирование региональной идентичности юных тагильчан в социокультурной образовательной среде

Основная цель современной системы российского образования – обеспечить становление целостной личности. Это – личность, которая укоренена в пространстве национальной культуры, способная перспективно мыслить и действовать в интересах России, с гордостью носить имя россиянина, отстаивая свою честь и достоинство как представителя многонационального российского народа.

Развитие личности всегда происходит в социокультурном пространстве жизни своего народа, обладающего своей историей, культурой, своим менталитетом. Ребенок включается в это пространство самым фактом своего рождения. Но для того, чтобы произошло становление его личности, формирование его самосознания как субъекта собственной жизнедеятельности, представителя определенной человеческой общности, как продолжателя и носителя национальной культуры, должны действовать два взаимосвязанных механизма. Это – отождествление ребенка с социумом, в котором он живет, и обособление в нем, как индивидуальности.

В процессе отождествления ребенок активно присваивает общественно выработанные ценности, способы деятельности, сам опыт человеческого бытия. С помощью этого механизма отождествления, или иначе идентификации, он внедряется в человеческую культуру, осваивает приемы, технологии использования этой культуры как средства саморазвития, а следовательно и последующего развития общества, деятельным членом которого он становится по мере своего взросления и приобретения самостоятельности. Именно эту функцию – самореализации, самоактуализации человека, – и обеспечивает механизм обособления. Благодаря ему, развивающаяся личность реализует свою насущную потребность – быть индивидуально представленным обществу в деятельности, общении, в собственном образе жизни. Обособляясь, человек познает себя, свою самость, у него формируется витагенный опыт – опыт самостроительства, опыт самопознания.

Оба указанных механизма, естественно, действуют в единстве. Они тесно взаимосвязаны. Однако обособление человека может произойти только в том случае, если ему предшествует идентификация. Как известно, каждый человек отождествляет себя с определенным полом, профессией, национальностью, культурой, многообразными социальными ролями. Это происходит, как правило, на трех уровнях:

культурном (ценностная, региональная идентичность);

социальном (включенность в определенные социально-культурные институты – ролевая, статусная идентичность);

личностном, психологическом – способность удерживать целостный образ своего «Я» на разных жизненных этапах.

Отсутствие идентичности становится основной причиной душевных заболеваний человека и общества. Невозможность отождествить себя в социальном плане рождает внутриличностные конфликты, разрушает образ «Я».

В настоящее время наблюдается кризис идентичности молодежи в идеологической и мировоззренческой плоскости. Он обусловлен тотальным нигилизмом молодых поколений по отношению к историческому и культурному прошлому России. В результате нарушается связь времен и поколений, так необходимая для становления идентичности.

Как известно, обретение идентичности (как на индивидуальном, так и на общественном уровне) предполагает три вектора духовных усилий личности и общества в целом: воссоединение (или идентификация) со своей историей, прошлым; обретение идентичности в настоящем; видение своего будущего.

Формирование региональной идентичности происходит в процессе понимания и принятия прошлого, так как оно должно войти в актуальное пространство самосознания человека, должно быть им переработано и усвоено.

Идентичность с настоящим – это насыщение актуального социально-культурного пространства образами современников, воплощающих лучшие нравственные качества отечественной культуры.

Идентификация с будущим предполагает его предварительное проектное видение в форме национальной идеи.

Существенным просчетом в системе современного школьного образования является отсутствие специальных курсов и учебных программ, обеспечивающих эту идентификацию подрастающего поколения.

На решение этой проблемы и направлена программа «Мой город». Разрабатывая ее, мы исходили из того, что только Малая Родина может быть тем зеркалом, в котором молодой человек сможет увидеть, узнать и принять свою национально-культурную природу, осознать себя целостной, самобытной личностью, имеющей и оберегающей свои корни в настоящем и прошлом своего народа.

Программа нацелена на создание социокультурной образовательной среды, обеспечивающей социально-коммуникативную и духовную атмосферу, в которой учащиеся смогут выстроить адекватный образ своего национально-культурного «Я», чтобы потом ощутить свое призвание и ответственность перед историей, настоящим и будущим своей страны, чтобы органично интегрироваться в профессиональное сообщество, в «мир» национальной культуры, в современную цивилизацию.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1) раскрыть учащимся истоки становления и развития историко-культурного пространства города Нижнего Тагила;

2) заложить основы эмоционально-нравственного отношения подрастающего поколения к культуре своего народа;

3) на примере жизненного пути выдающихся тагильчан-современников обеспечить учащимся постижение многомерности и значимости смысла жизни для самореализации и саморазвития человека;

4) способствовать развитию и обогащению жизненного и витагенного опыта школьников в процессе творческого изучения прошлого, настоящего и будущего своего города во взаимосвязи с общечеловеческими культурными ценностями.

Основными конструктивными принципами построения программы выступили витагенный, историко-генетический и принцип целостности.

Витагенный принцип представляет собой актуализацию и развитие триединства опыта ребенка (опыта жизни, жизненного опыта и витагенного опыта) как условия и средства становления его субъектности в социокультурном и духовно-практическом пространстве.

Опыт жизни – это сведения о мире, образ его, представленный на различных языках культуры. Ребенок осваивает его в процессе обучения и научения и использует как информационную основу для практически действенного освоения мира.

Жизненный опыт – практическое постижение жизни в процессе проживания ее.

Витагенный опыт – квинтэссенция жизненного опыта, обеспечивающая самопричинение, самодетерминацию личности. Термин «витагенный» означает «развивающий жизнь». Следовательно, витагенный опыт – это опыт развития жизни. В нем заключена жизненная (витальная) энергия человека, реализующая его фундаментальную страсть – дать родиться и осуществиться тому, что находится в зародыше – его самости. Этот витагенный опыт является результатом самопознания, самоорганизации человеком своего «Я», обретения им своей внутренней сущности, осмысление своего предназначения.

Реализация витагенного принципа обеспечивает осуществление принципа целостности в подходе к развитию индивидуальности личности в процессе освоения содержания программы «Мой город». Потому что, во-первых, развивающаяся личность всегда рассматривается как средоточие социокультурного опыта и его индивидуального проживания в судьбе конкретного человека. Во-вторых, содержание каждой темы раскрывается в трех проекциях: время – пространство – культура, что способствует созданию голографической картины мира, позволяющей ребенку созерцать, чувствовать и размышлять во временной перспективе, укореняясь в социуме.

Историко-генетический принцип проявляется в том, что процесс развития национально-культурного самосознания жителей Нижнего Тагила представлен в форме диалога культур, начиная с Древних времен и до наших дней. При этом используемые в программе исторические факты, события не являются случайными. В основу их подбора положено стремление отразить логику и динамику исторического становления самобытной жизни Нижнего Тагила, которая является отражением Всероссийской истории и общечеловеческой культуры.

Программа предназначена для учащихся 1–11-х классов и может быть использована как в инвариантной, так и в вариативной части государственного образовательного стандарта. В зависимости от возможностей конкретных школьных условий и типа избранного педагогическим коллективом учебного плана учитель может изменить количество учебных часов, необходимых для изучения курса «Мой город», не искажая его основной идеи.

Программа курса состоит из трех блоков.

1-й блок – «Моя Родина – Нижний Тагил» (1–4-е классы).

2-й блок – «История становления и развития Нижнего Тагила» (5–8 классы).

3-й блок – «Тагильчанин – гражданин мира» (9–11-е классы).

Задача первого блока: «Моя Родина – Нижний Тагил», – создание у учащихся образной картины своего города. Приоритетным на этом этапе является чувственно-эмоциональное проживание школьниками красоты тагильской земли, погружение в мир музыкальной и художественного культуры родного края, знакомство через обряды и традиции с накопленным опытом прошлого и настоящего своего народа.

В силу этого реализация деятельностного подхода в образовательном процессе осуществляется через организацию различных видов художественно-творческой деятельности детей, передающих их ощущение и самовосприятие себя как жителя многонационального и трудового города Нижнего Тагила.

В задачи второго блока: «История становления и развития Нижнего Тагила», – входит показать хронотоп (хронотоп – «проявление активности во времени и пространстве» А. А. Ухтомский) развития Нижнего Тагила в историко-краеведческом и социокультурном аспектах.

На данном этапе работы в соответствии с возрастными особенностями подросткового возраста активизируется поисково-исследовательская деятельность учащихся, в ходе которой у них формируется отношение к познанию как к духовно-нравственной потребности. Это отношение выстраивается как открытие субъективно нового в мире культурно-национальных ценностей, побуждающее к самоопределению подростком смысла и содержания накопленного жизненного опыта в историко-культурном пространстве развития своего города и народа.

Основная задача третьего блока: «Тагильчанин – гражданин России», – создать такую образовательную среду, которая позволила бы раскрыть перед старшеклассниками на примере жизненного пути выдающихся тагильчан прошлого и настоящего всеоразнообразие возможностей самореализации и самосоциализации человека.

Сам принцип построения программы, подбор содержания создают базу для реализации личностно-ориентированного подхода в образовательном процессе. Но в школьной практике он может быть осуществлен только в том случае, если педагог, учитывая особенности своих детей, будет применять технологии, опирающиеся на виталогический принцип, позволяющий максимально использовать развивающий потенциал таких форм работы с детьми, как анализ конкретных ситуаций, интервью, имитационные и сюжетно-ролевые игры, лабиринт действий и т. д.

Сведения об авторах

- Аветисян Ануш Артуровна** – студентка ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет», г. Ереван (Республика Армения).
- Алексеева Светлана Дмитриевна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Арутюнян Геворг Арамович** – ассистент ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет», г. Ереван (Республика Армения).
- Бабенков Александр Валерьевич** – студент ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Баданина Екатерина** – студентка ГБОУ СПО «Нижнетагильский педагогический колледж № 2», г. Нижний Тагил.
- Барашева Софья Андреевна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Барышева Татьяна Дмитриевна** – преподаватель русского языка и литературы ОУ СПО «Уральский колледж прикладного искусства и дизайна (филиал)» ФГБОУ ВПО «Московская государственная художественно-промышленная Академия им. С. Г. Строганова», г. Нижний Тагил.
- Белюсова Анна Андреевна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Бикбулатова София Финатовна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Бологова Анна Александровна** – старший преподаватель филиала ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» в г. Нижний Тагил, г. Нижний Тагил.
- Борисенко Анна Владимировна** – ведущий экономист ОАО АК «Уральские авиалинии», г. Березовский.
- Брагин Игорь Сергеевич** – магистрант ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Бузова Анастасия Игоревна** – студентка ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет», г. Ереван (Республика Армения).
- Бухарова Галина Дмитриевна** – доктор педагогических наук, профессор кафедры информационных технологий ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», академик Академии профессионального образования, академик Балтийской педагогической академии, г. Екатеринбург.
- Вахрушева Ирина Михайловна** – магистрант ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Ворончихина Дарья Сергеевна** – студентка ГБОУ СПО «Нижнетагильский педагогический колледж № 2», г. Нижний Тагил.
- Восканян Мариам Амбарцумовна** – заведующая кафедрой экономической теории и проблем экономики переходного периода ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет», г. Ереван (Республика Армения).
- Герлин Ольга Лейболтовна** – преподаватель ГБОУ СПО «Нижнетагильский педагогический колледж № 2», г. Нижний Тагил.

- Глушенкова Татьяна Валерьевна** – учитель высшей категории МАОУ гимназия № 18, г. Нижний Тагил.
- Голицына Светлана Владимировна** – кандидат педагогических наук, заслуженный учитель РФ, почетный работник СПО РФ, директор Нижнетагильского торгово-экономического колледжа, г. Нижний Тагил.
- Голицын Сергей Иванович** – кандидат педагогических наук, директор филиала ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» в г. Нижний Тагил, г. Нижний Тагил.
- Голошумов Алексей Юрьевич** – кандидат педагогических наук, ОАО «Электронная Москва», руководитель отдела проектов управления проектной практики, г. Москва.
- Голошумова Галина Семеновна** – доктор педагогических наук, профессор, заместитель директора по научной работе филиала ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» в г. Нижний Тагил, г. Нижний Тагил.
- Гусейнова Сабина Рамизовна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Давыдова Галина Владимировна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Дегтерев Алексей Сергеевич** – инженер лаборатории информационных технологий ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», г. Екатеринбург.
- Добрынкина Мария Павловна** – заведующая учебным отделом Нижнетагильского филиала ГАОУ ДПО СО «Институт развития образования», г. Нижний Тагил.
- Ежов Кирилл Сергеевич** – кандидат педагогических наук, доцент Нижнетагильского филиала ГБОУ ДПО СО «Институт развития образования», г. Нижний Тагил.
- Ежов Сергей Геннадьевич** – кандидат педагогических наук, доцент ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», г. Екатеринбург.
- Еременко Лев Михайлович** – студент ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Ефимова Полина Сергеевна** – специалист по управлению персоналом Нижнетагильской федерации баскетбола, г. Нижний Тагил.
- Жадько Евгения Александровна** – старший преподаватель кафедры маркетинга и международного менеджмента ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Жогина Марина Сергеевна** – кредитный специалист ООО «Финансовая помощь», г. Березники.
- Заводская Светлана Александровна** – магистрант ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Казунина Наталья Александровна** – учитель начальных классов МАОУ гимназия № 18, г. Нижний Тагил.
- Капустина Лариса Михайловна** – доктор экономических наук, заведующая кафедрой маркетинга и международного менеджмента ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.

- Клюжина Елена Станиславовна** – учитель МАОУ гимназия № 18, г. Нижний Тагил.
- Кузнецова Вероника Вадимовна** – кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой художественного образования ФГАОУ ДПО «Академия повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования», г. Москва.
- Кузьмин Константин Евгеньевич** – электрогазосварщик ОАО «ЕВРАЗ НТМК», г. Нижний Тагил.
- Ли Сергей Эрикович** – Хэбэнский педагогический университет, г. Шицзячжуан (Китайская Народная Республика).
- Ли Яна Эриковна** – студентка ФГБОУ ВПО «Московская государственная консерватория имени П. И. Чайковского», г. Москва.
- Локтев Артем Владимирович** – студент ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Максимова Елена Борисовна** – учитель начальных классов высшей квалификационной категории МАОУ гимназия №18, г. Нижний Тагил.
- Межецкая Анна Леонидовна** – доцент кафедры экономики и права ГБОУ СПО СО «Нижнетагильский педагогический колледж № 2», г. Нижний Тагил.
- Междумян Лилит Гагиковна** – магистр ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет», г. Ереван (Республика Армения).
- Мосоян Саркис Артюшович** – студент ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет», г. Ереван (Республика Армения).
- Мурзина Анастасия Александровна** – студентка ГБОУ СПО «Нижнетагильский педагогический колледж № 2», г. Нижний Тагил.
- Мякишева Наталья Михайловна** – заместитель директора по учебно-воспитательной работе ГБОУ СПО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж», г. Нижний Тагил.
- Неболюбова Ирина Владимировна** – аспирантка ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет», г. Нижний Новгород.
- Немчинова Мария Владимировна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Новопашина Юлия Сергеевна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Панова Анастасия Владимировна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Панфилова Дарья Андреевна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Петросян Егине Гагиковна** – ассистент кафедры экономической теории и проблем экономики переходного периода ГОУ ВПО «Российско-Армянский (Славянский) университет», г. Ереван (Республика Армения).
- Пискунова Лариса Петровна** – доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Поминов Михаил Андреевич** – студент ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.

- Портнов Николай Андреевич** – налоговый консультант ЗАО «КПМГ», г. Екатеринбург.
- Роговский Эдуард Игоревич** – студент ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Рустамян Мери Рустамовна** – студентка ГБОУ СПО «Нижнетагильский педагогический колледж №2», г. Нижний Тагил.
- Сайтова Инзира Флюровна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Салошик Дарья Павловна** – магистрант ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Самохвалова Анна Александровна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Сапегина Анастасия Олеговна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Сафронова Надежда Эдуардовна** – учитель высшей квалификационной категории МАОУ гимназия № 18, г. Нижний Тагил.
- Смолкотина Ирина Владимировна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Полевской.
- Старцева Ирина Александровна** – заведующая коммерческим отделением ФГОУ СПО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж», г. Нижний Тагил.
- Суровцова Елена Ивановна** – соискатель ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», г. Екатеринбург.
- Сысоева Татьяна Леонидовна** – доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Талантбекова Айгерим Талантбеговна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Тимиров Федор Федорович** – кандидат педагогических наук, доцент Нижнетагильского филиала ГБОУ ДПО СО «Институт развития образования», г. Нижний Тагил.
- Топал Ирина Станиславовна** – специалист-эксперт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики, г. Екатеринбург.
- Трошкина Анастасия Андреевна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Трубина Галина Филипповна** – кандидат педагогических наук, профессор, исполняющий обязанности директора филиала ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» в г. Нижний Тагил, г. Нижний Тагил.
- Уваров Игорь Александрович** – старший научный сотрудник ФГБОУ ВПО «Академия государственной противопожарной службы МЧС России», г. Москва.
- Угрюмова Екатерина Анатольевна** – учитель высшей категории МАОУ гимназия № 18, г. Нижний Тагил.
- Уман Алиса Олеговна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.

- Устюжанина Надежда Викторовна** – учитель информатики МАОУ гимназия № 18, г. Нижний Тагил.
- Уткина Елизавета Александровна** – студентка Института социальных и политических наук ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», г. Екатеринбург.
- Чечунова Александра Игоревна** – студентка ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Чусовитина Людмила Александровна** – руководитель физического воспитания ГАОУ СПО СО «Нижнетагильский государственный профессиональный колледж имени Н. А. Демидова», г. Нижний Тагил.
- Шайбакова Людмила Фаритовна** – доктор экономических наук, заведующая кафедрой экономики и права ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург.
- Щербачева Людмила Александровна** – кандидат педагогических наук, директор МАОУ гимназия № 18, г. Нижний Тагил.

Содержание

Часть 1 Технология и практика инновационного развития бизнес-процессов

Аветисян А. А. Мотивы и результаты корпоративной социальной ответственности	3
Аветисян А. А. Пенсионное обеспечение сотрудников как составляющая корпоративной социальной ответственности	5
Alekseeva S. D., Kapustina L. M. The problems of Yekaterinburg brand formation.....	9
Арутюнян Г. А. Налогово-бюджетная политика в Республике Армения	12
Babnikov A. B., Eremenko L. M. Corporate culture in Russian companies: key challenges	15
Баданина Е. С. Культура в современном предпринимательстве	19
Барашева С. А., Межецкая А. Л. Изучение проблемы развития бизнес-культур.....	21
Барашева С. А. Значимость корпоративной культуры в современной организации.....	25
Бикбулатова С. Ф. Особенности бизнес-культуры в России	30
Борисенко А. В. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа авиакомпании	31
Брагин И. С. Конкурентная способность предприятия	34
Бузова А. И. Повышение уровня социальной справедливости в Армении с помощью развития системы подоходного налогообложения	40
Ворончихина Д. С., Герлин О. Л., Мурзина А. Н. Корпоративная культура современной фирмы	43
Восканян М. А. Научно-исследовательский потенциал Армении – источник экономического роста	44
Гусейнова С. Р. Внедрение экологически чистой технологии горячего цинкования в деятельность ОАО «Челябинский цинковый завод»	47
Дегтерев А. С. Информационное развитие общества в новых экономических условиях	49
Ежов С. Г., Ежов К. С. Физическая культура и спорт: социальный аспект в условиях рыночной экономики	53
Жогина М. С. Реорганизация юридического лица как правовая категория.....	57
Kapustina L. M., Sysoeva T. L., Troshkina A. A. Internet-marketing promotion of regional brand	61
Кузьмин К. Е. Инновационная экономика в современной России	65
Локтев А. В. Современное положение экономики Испании.....	66
Межецкая А. Л., Сантова И. Ф. Особенности ведения женского бизнеса в современных условиях.....	70
Межлумян Л. Г. Разработка оптимальной модели рекламной кампании	72
Minshaikhova A. A., Merkurieva E. Zappos corporate culture	76
Мурзина А. А., Герлин О. Л. Предпринимательство как культурный феномен ...	79

Мосоян С. А. Инновации в области услуг финансового посредничества	81
Немчинова М. В., Шайбакова Л. Ф. Проблема безработицы в Свердловской области	84
Новопашина Ю. С., Межецкая А. Л. Социально-культурное развитие персонала	88
Панова А. В. К вопросу об определении предпринимательства как культурного феномена	91
Панфилова Д. А. Инновационные технологии и инструменты для обработки металлических и композиционных материалов ОАО «ВНИИИНСТРУМЕНТ»	94
Петросян Е. Г. Влияние инновационного потенциала на конкурентоспособность страны	96
Роминov М. А. Disney's corporate culture: key principles	100
Портнов Н. А. Детерминанты инвестиционного климата России	102
Роговский Э. И. Внедрение модульного центра обработки данных	108
Рустамян М. Р., Герлин О. Л. Социальная ответственность бизнеса как социокультурный феномен	110
Салощик Д. П. Создание бренда города Нижний Тагил как инструмент развития туристических направлений	113
Самохвалова А. А. Мотивация персонала как основополагающий фактор развития фирмы на рынке B2B	117
Сапегина А. О. Научно-техническое и инновационное развитие ОАО «Ростелеком»	120
Смолкотина И. В. Пути создания корпоративной культуры: аудит, формирование, внедрение	122
Талантбекова А. Т. Анализ хозяйственной деятельности ОАО «ОЭЗ ПТ „Титановая Долина“»	124
Топап И. С. Роль государства в формировании инновационной экономики	128
Uman A. O. Google's corporate culture: efficiency analysis	131
Чечунова А. И. Бизнес и благотворительность	134

Часть 2

Социокультурные основы подготовки кадров в условиях новой экономики

Барашева С. А., Межецкая А. Л. Благотворительность и спонсорство в развитии социально-культурной сферы	136
Барышева Т. Д. Целесообразность интегрированного обучения	141
Белюсова А. А., Давыдова Г. В. Подготовка кадров в современных экономических условиях	142
Бологова А. А. Теоретические и методические основы использования информационных компьютерных технологий в обучении бакалавров	144
Вахрушева И. М. Проектирование образовательного пространства как элемент развития экономики	151
Глушенкова Т. В. Контекстное обучение в новой образовательной парадигме	154

Голицына С. В., Голицын С. И. О качестве подготовки кадров в условиях непрерывного профессионального образования	156
Голицын С. И., Голицына С. В. Формирование и развитие региональных систем профессионального образования	160
Голошумов А. Ю. Инновации в системе дистанционного образования	167
Голошумова Г. С. Культура и образование в условиях информатизации социума	170
Голошумова Г. С., Мякишева Н. М., Старцева И. А. Кластер – форма интеграции непрерывного профессионального образования и бизнеса	174
Дегтерев А. С., Голошумов А. Ю. Актуализация социально ориентированного потенциала интернет-ресурсов	182
Добрынкина М. П. Культура организации здоровьесберегающей деятельности в системе современного образования	185
Ежов С. Г. Миссия профессионального образования в инновационном развитии экономики	188
Ежов С. Г. Подготовка кадров в системе образовательного менеджмента	191
Ефимова П. С. Творчество как высшая форма активности и самостоятельной деятельности преподавателя	195
Жадько Е. А. Дуальное образование как основа для позиционирования образовательной организации	201
Заводская С. А. Социально-экономическое сопровождение культурной жизни города	204
Казунина Н. А. От контекстного анализа к контекстному обучению	209
Клюжнина Е. С. Межличностное взаимодействие как основа реализации синергетического подхода в обучении	213
Кузнецова В. В., Ефимова П. С. Художественное образование сельских школьников: проблемы и перспективы развития	216
Ли С. Э., Ли Я. Э. Этническая культура личности: аспекты становления и развития	219
Максимов М. Ф. Роль отечественной культуры в военно-патриотическом воспитании подрастающего поколения в новых экономических условиях	224
Максимова Е. Б. Синергетический подход к реализации социального проектирования в образовательной практике	227
Неболюбова И. В. Концептуальные аспекты формирования герменевтической компетентности будущих юристов	229
Панова А. В. Социокультурные аспекты бизнеса: благотворительность, меценатство, социальная ответственность	232
Панова А. В., Межецкая А. Л. Условия и средства формирования научной культуры кадров в системе современного образования	236
Пискунова Л. П. Искусство и бизнес: современные модели взаимоотношений	240
Сафронова Н. Э. Интеграция как принцип синергетической педагогики	245
Суровцева Е. И. Взаимодействие образовательной организации с этническими общественными организациями в контексте социальной адаптации детей мигрантов	247
Тимиров Ф. Ф. Формирование культуры здоровья личности в экономических условиях функционирования сельского социума	250

Трубина Г. Ф. Социально-ориентированное школьное образование как фактор качества подготовки специалиста в вузе	255
Трубина Г. Ф. Социально-ориентированное лингвистическое образование в условиях школы с углубленным изучением немецкого языка.....	260
Уваров И. А. Развитие творческого потенциала личности в условиях модернизации образования	265
Угрюмова Е. А. Реализация психодидактических идей в контекстном обучении.....	268
Устюжанина Н. В. Использование свойств синергетических систем в практике учителя информатики	272
Уткина Е. А., Неболюбова И. В. Герменевтика в правовой коммуникации.....	275
Уткина Е. А. Лингвистическое образование в сфере профессиональной подготовки кадров.....	278
Чусовитина Л. А. Формирование здорового образа жизни средствами физической культуры и спорта во внеурочное время	281
Щербачева Л. А. Формирование региональной идентичности юных тагильчан в социокультурной образовательной среде	284
Сведения об авторах	289

Научное издание

КУЛЬТУРА И БИЗНЕС: АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

М а т е р и а л ы
Международной научно-практической конференции

(Нижний Тагил, 27–28 ноября 2014 г.)

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Технический редактор *М. В. Баусова*

Компьютерная верстка *Н. И. Якимовой*

Поз. 35. Подписано в печать 10.04.2015.

Формат 60 × 84/16. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 18,4. Усл. печ. л. 17,26. Тираж 10 экз. Заказ 247.

Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета

