

Омская гуманитарная академия

**СОВРЕМЕННАЯ НАУКА:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД**

**Первая национальная региональная научно-практическая
заочная конференция**

1 декабря 2014

Сборник научных трудов

Омск 2014

УДК 338 + 371
ББК 65.9(2Рос)
С56

- С56** Современная наука: теоретический и практический взгляд. Первая национальная региональная научно-практическая заочная конференция: сборник научных трудов. – Омск : изд-во Омская гуманитарная академия, 2014. – 168 с.

В сборнике трудов освещены актуальные проблемы современного гуманитарного знания.

Издание предназначено для студентов вузов, аспирантов, преподавателей, а также для специалистов, интересующихся вопросами, экономики, журналистики, педагогики и других областей гуманитарных знаний.

Печатается по решению редакционно-издательского отдела академии

УДК 338 + 371
ББК 65.9(2Рос)

© Омская гуманитарна:,

ПОЛИТОЛОГИЯ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ОМСКА И ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Аллагулова К., Тищенко М.

Омская гуманитарная академия

Вопрос трудовой миграции молодых специалистов и проблемы трудоустройства студентов и выпускников является одним из самых актуальных для Омска с экономической, так и с социальной точки зрения, тем самым необходимо создавать условия для трудоустройства выпускников.

Главным негативным фактором для экономики от миграции квалифицированного персонала называют потерю талантливых кадров. Выделяет два понятия. Первое – "утечка мозгов", когда город покидают молодые и квалифицированные люди с целью дальнейшей работы по специальности.

Второе понятие – "растрачивание мозгов" - используют, когда квалифицированный специалист уезжает из города на должность значительно ниже той, которую он занимает на «родине».

В результате миграционных процессов город теряет талантливых специалистов, из-за чего снижается качество трудовых ресурсов и производительность труда. Теряются целые научные школы. Для того чтобы их восстановить в дальнейшем, нужны десятки лет.

Еще одна не менее важная проблема, связанная с миграцией – потеря тех государственных ресурсов, которые вкладывает в воспитание и обучение своих граждан. "В Омске среднее и частично высшее образование бесплатно. В случае миграции молодых кадров город не получает от них никакой отдачи».

Решение проблем стабилизации экономики, устойчивого развития Омской области непосредственно связано с сохранением и рациональным использованием трудовых ресурсов. Изучение их состояния имеет важное практическое значение для сбалансирования

ресурсов труда и числа рабочих мест с учетом изменений как в численности и составе трудового потенциала, так и в сфере приложения труда, происходящих под влиянием социально-демографических процессов, совершенствования структуры экономики и производства, территориального размещения и других факторов.

Молодежь в Омской области составляет примерно 26 % от общей численности населения. Это поколение играет большую роль в экономической и социальной жизни. Человеческий и социальный капитал молодежи станет определяющим фактором в производстве национального дохода.

Омская область характеризуется относительно низким уровнем занятости трудовых ресурсов молодежи. Безработная молодежь в возрасте до 30 лет в 2010 г. составляла 42,5 % от численности безработных других возрастных групп; в 2011 г. – 45,7 %, а в 2012 г. – 44,2 %. Видно, что безработица среди молодежи на протяжении ряда лет находится примерно на одном уровне.

В 2012 году из Омска официально выехало 3 тысячи человек. Неофициально в 2-3 раза больше, причем 60-70% уехавших – молодежь до 30 лет. Что ищут они в стране далекой и что кинули в краю родном? Вот результаты опроса: 82% молодых омичей не устраивает социально-экономическое положение Омской области, 90% не удовлетворены уровнем зарплаты, 50% – считают отсталой социальную инфраструктуру региона.

Что же за десять лет произошло в кадровой политике Омской области? Что случилось с молодежью? А ничего. Более того, по сравнению с 1990 годом количество молодежи до 30 лет в регионе выросло с 23,3% до 25,1%. Причина – в чудовищной диспропорции между количеством выпускников вузов и наличием рабочих мест. Она искусственно создавалась в Омской области последнее десятилетие.

Если количество вузов в Омске почти не выросло: было 17, стало 19, то число студентов выросло больше чем на треть – с 67,6 тысячи в 2000 году до 102,1 тысячи в 2011 году. При том же количестве рабочих мест. Вузы хорошо заработали, выпускники – хорошо «пролетели» с работой.

В связи с данной проблемой мы составили целевую программу, после реализации, которой мы считаем, что отток молодых специалистов из города уменьшится, и у молодежи появится больше

перспектив оставаться жить и работать в Омске.

Долгосрочная целевая программа города Омска " Обеспечение трудоустройством выпускников Омских ВУЗов и СУЗов"на 2014-2025 годы

Наименование программы: Долгосрочная целевая программа города Омска " Обеспечение трудоустройством выпускников Омских ВУЗов и СУЗов "на 2014-2025 годы

Дата принятия решения о разработке программы: Постановление Администрации города Омска от 15 мая 2014 года №223-П " О разработке долгосрочной целевой программы города Омска " Обеспечение трудоустройством выпускников Омских ВУЗов и СУЗов" на 2014-2025 годы"

Заказчик программы: Администрация города Омска

Исполнитель-координатор программы: Департамент образования Администрации города Омска

Разработчик программы: Департамент образования Администрации города Омска

Исполнители программы: Департамент образования Администрации города Омска; департамент по делам молодежи, физической культуры и спорта Администрации города Омска; управление информационной политики Администрации города Омска

Цели программы:

- Выделение абитуриентам на этапе поступления и в процессе обучения целевых мест с дальнейшим трудоустройством

- Заинтересовать молодежь в реализации своего трудового потенциала на рынке труда города Омска

Основные задачи программы:

- Создание условий выпускникам Омских ВУЗов и СУЗов для реализации своего профессионального образования

- Формирование заинтересованности организации в предоставлении обучающимся производственной практики

- Реализация организационных и информационно-аналитических меро-приятий предусматривающих формирование единой по городу Омску базы данных о наличии рабочих мест для выпускников Омских ВУЗов и СУЗов, а так же организацию в средствах массовой информации работ направленной на освещение целей и задач программы

Сроки реализации программы: 2014-2025 год

В 2015-2025 годах объем финансирования будет уточняться

при формировании бюджета города Омска на соответствующий год исходя из возможности бюджета города Омска на соответствующий год.

Основные ожидаемые конечные результаты программы: Успешное выполнение мероприятий программы позволит:

- сократить число миграции выпускников Омских ВУЗов и СУЗов из города Омска;

- обеспечит заинтересованность Омской молодежи в реализации своих трудовых ресурсов в пределах рынка труда города Омска;

- сотрудничество организации с выпускниками Омских ВУЗов и СУЗов в дальнейшем трудоустройстве

Организация управления программой и контроль за ходом её реализации:

Исполнитель-координатор программы обеспечивает реализацию программы, в том числе:

- осуществляет в пределах своей компетенции координацию деятельности исполнителей программы;

- готовит предложения по уточнению перечня программных мероприятий;

- организует ведение отчетности по реализации программы по установленным формам;

- каждое полугодие предоставляет в координирующий орган отчет о реализации программы по установленной форме

План мероприятий по обеспечению содействия занятости выпускников Омских ВУЗов и СПО

1. Нужно создавать молодежные конструкторские бюро с участием омских предприятий. Не читать в вузах пустые лекции о профмастерстве, а показывать студентам лучших специалистов омских предприятий прямо на рабочем месте. То есть необходимо организовывать экскурсии на предприятия для студентов. Главная цель таких экскурсий: На наглядном примере показать студентам суть специальности на которую они обучаются. А также заинтересовать студентов после получения диплома работать на данном предприятии. Для проведения данных мероприятий организации должны сотрудничать со средне-специальными и высшими учебными учреждениями. Главным заказчиком этой проф. ориентационной работы должен выступать бизнес, задыхающийся сегодня от кадрового голода. Нужно отойти от стереотипа зарплаты молодому

инженеру в 12 тыс. рублей и сопровождать его в вузе до диплома, чтобы досконально знать своего будущего работника. Только когда молодые омичи почувствуют эти плечо и поддержку, можно начинать разговор о развитии Омского региона.

2. Повышение заработной платы гражданам, получившим начальное, среднее и высшее образование, устроившимся на работу впервые за счет средств местного бюджета на 20 % от его реальной заработной платы. С условием отработки 3-х лет на данной работе.

3. Открытие в центре занятости нового отдела по « трудоустройству выпускников со средне специальным и высшим профессиональным образованием». Целями которого будут:

-сотрудничество с учебными заведениями города и рассылка информации по имеющимся вакансиям.

- сотрудничество с организациями и предприятиями;

- проведение мониторингов;

- проведение ярмарок-вакансий;

- распространение информации в СМИ по поводу имеющихся вакансии.

Если выпускник не может самостоятельно трудоустроиться, он может обратиться в этот центр для нахождения работы.

4. Стимулирование государством предприятий для приема на работу выпускников ВУЗов посредством уменьшения налогообложения. При этом работодатель должен обеспечить выпускнику полный соц. пакет и стабильную заработную плату.

5. Вовлечение молодых специалистов для создания малого и среднего бизнеса. Содействие администрации выпускникам посредством предоставления первоначального капитала для создания малого предприятия. Так же нужно проводить бизнес-конференции и бизнес-тренинги, чтобы молодые креативные люди не боялись начинать своё дело.

Заключение.

Сегодня работодатель ставит довольно высокую планку для соискателя, в том числе и молодым специалистам. У каждой кампании или предприятия свои требования, но часто они представляют собой большой список желательных качеств для своего потенциального сотрудника. Самыми основными: наличие опыта работы, профессионализм, умение применять полученные теоретические знания на практике, способность принимать решения. Естественно и понятно желание работодателей иметь у себя на работе грамотно-

го, компетентного и ответственного сотрудника, но возникает вопрос: как же приобрести опыт и соответственно наработать профессионализм совсем еще молодому специалисту, «вчерашнему» студенту, если без опыта работы его не берут практически никуда?

Более того, одной из проблем является то, что многие выпускники ВУЗов, получившие хорошую теоретическую основу в своем учебном заведении, не в состоянии применить их на практике. Это не вопрос только какой-то отдельной специальности или же ВУЗа, а общая проблема.

Работодателям же стоит отказаться от стереотипа, что «вчерашний» студент – это не самый лучший работник. Да, у него нет опыта. Да, его придется в первое время обучать, как может показаться, простым вещам в той или иной области. Но наряду с этим существует большое количество молодых дипломированных специалистов, «вчерашних студентов», которые действительно хотят работать и готовы «учиться» работать. Многие студенты еще во время учебы активно проявляют себя в исследовательских проектах, проводимых как своими университетами и другими, разрабатывают научные идеи и внедряют инновации. Более того, не следует забывать, что молодое поколение – это потенциал, который ни в коем случае нельзя бросать на произвол судьбы или же игнорировать в силу его малого опыта или отсутствия такового. Нужно дать шанс приобрести профессию и в дальнейшем найти работу по специальности.

И, конечно же, следует проявлять активность и самим студентам. Не нужно надеяться на то, что получив диплом, сразу же выстроится очередь из работодателей, желающих взять на работу свежее испеченного специалиста. Следует проявлять себя и во время учебы, стараться успевать по предметам, по возможности искать подработку во время учебы, но не в ущерб ей. Нужно осознать, что залог получения любой работы – это, прежде всего, наличие ответственности, способности принимать решения и компетентности в той или иной области.

Поэтому, мы считаем, что разработанная нами программа может частично решить проблему трудоустройства выпускников вузов и ссузов и уменьшит отток молодых кадров из города на 15 %.

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

Загородникова Н. В.

Лангепасское городское муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение Детский сад комбинированного вида № 10 «Белочка»

Возрастание требований государства и общества к деятельности дошкольных образовательных систем в области качества, эффективности, доступности образовательных услуг связано с необходимостью формирования механизмов развития образования на селе и в городе: территориальных сетей, включающих современные модели дошкольных образовательных учреждений (далее – ДОУ) (в том числе малокомплектных и малочисленных), реализующих современные образовательные программы путем использования инновационных образовательных технологий; моделей и технологий подготовки и повышения квалификации педагогов, переплетающихся с задачами инклюзивного образования на современном этапе развития образования.

Сегодня первоочередная задача образования сводится к одному основному аспекту, а именно построению личностно-ориентированных моделей, технологий, способных обеспечить устойчивое развитие дошкольной образовательной системы. В Постановлении Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2001 г. «О реструктуризации сети образовательных учреждений, расположенных в сельской местности» подчеркивается, что реструктуризация сети дошкольных сельских учреждений должна осуществляться за счет структурно-содержательной модернизации их деятельности. Данная реструктуризация в свою очередь может быть реализована в двух вариантах: укрупнение ДОУ с организацией подвоза учащихся либо максимальное сбережение образовательного потенциала действующей сети ДОУ на основе развития интегративных моделей образовательных учреждений. Для реализации второго направления необходима разработка моделей новых образовательных систем [1]. Хотелось бы отметить, что доступность как ведущий принцип инклюзивного образования является комплексным условием и определяется рядом параметров, имеющих между

собой взаимосвязи.

Для решения проблем инвалидности и инвалидов действует Совет по делам инвалидов при Губернаторе Ханты-Мансийского автономного округа - Югры (далее - Совет), в состав которого входят исполнительные органы государственной власти автономного округа, органы местного самоуправления, общественные объединения, научные и другие организации. На заседаниях Совета систематически рассматриваются вопросы обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры в муниципальных образованиях.

Результат проведенного социологического исследования о состоянии доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры в автономном округе показал, что уровень адаптации учреждений социальной защиты населения для нужд инвалидов недостаточен для 35,7% опрошенных граждан из числа инвалидов, образовательных учреждений - для 46,5%, учреждений физической культуры и спорта для - 50,7%, культурно-развлекательных учреждений - для 55%, предприятий, организаций - для 52,6%. Преодолевать барьеры при пользовании общественным транспортом приходится 66,8% из числа опрошенных граждан, 58,4% граждан испытывают трудности при совершении покупок или полную невозможность их совершения.

Доля учреждений социальной инфраструктуры автономного округа, полностью обустроенных для беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения на территории автономного округа, составляет 43,1% от общего количества учреждений социальной инфраструктуры автономного округа. При этом доля образовательных учреждений, адаптированных для обучения инвалидов, составляет 7%.

С 2004 года поэтапно реализовывались следующие целевые программы: "Комплексная реабилитация инвалидов" на 2004 - 2008 годы; "Развитие материально-технической базы социальной сферы Ханты-Мансийского автономного округа - Югры на 2006 - 2010 годы", "Формирование беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам социальной инфраструктуры Ханты-Мансийского автономного округа - Югры" на 2008 - 2012 годы.

Указанные программы были направлены на создание равных возможностей доступа инвалидов и других маломобильных групп

населения к объектам социальной инфраструктуры, транспортному обслуживанию, информации, связи, образованию, культурной жизни, занятиям спортом.

В результате реализации вышеуказанных программ к 81 государственному объекту социальной инфраструктуры в полном объеме обеспечен беспрепятственный доступ для инвалидов. Наличие условий доступности объектов социальной инфраструктуры для лиц с ограниченными возможностями здоровья подтверждается экспертной оценкой общественных организаций инвалидов.

Согласно «Концепции содержания непрерывного образования (дошкольное и начальное звено)», государственного образовательного стандарта дошкольного образования (2001г.) ведущими направлениями содержания образовательной программы, реализуемой в ДООУ, выступают:

- физическое развитие;
- познавательно-речевое развитие;
- социально-личностное развитие;
- художественно-эстетическое развитие.

Функция развития детей конкретизирована, исходя из этих ведущих направлений содержания образования в ДООУ.

Для оценки качества деятельности ДООУ можно было бы ограничиться оценкой качества результатов деятельности, однако специфика возраста и психологии детей дошкольного возраста не может гарантировать достоверность полученных данных. Поэтому для адекватной оценки деятельности ДООУ также оценивается потенциал учреждения через качество материальных и нематериальных условий и качество образовательного процесса ДООУ. При составлении структуры качества деятельности ДООУ, мы провели отбор критериев и показателей деятельности из опыта работы других регионов России, включили критерии и индикаторы оценки качества образовательной деятельности, показатели оценки эффективности деятельности ДООУ. Отбор показателей качества деятельности дошкольного образовательного учреждения проводился рабочей группой учреждения с точки зрения оценивания:

- качества материальных и нематериальных условий;
- качества образовательного процесса;
- качества результатов образовательного процесса (готовность детей к школе).

Оценка результатов образовательного процесса в ДООУ, по на-

шему мнению, должна быть специфичной и соответствовать типовому и видовому разнообразию ДОУ.

Теоретическая значимость выделения параметров инклюзивного образования (ИО) в дошкольной образовательной системе (МОС) как доступного образования для детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), с особыми образовательными потребностями (ООП) обуславливается внесением новых предложений в квалиметрию образования как науку об измерении качества образовательных услуг. Как отмечает Л. В. Топчий, показатели эффективности должны основываться на доступных в настоящий период данных. «Они должны быть понятны как сотрудникам организации, так и широкой общественности. Показатели эффективности могут быть действенным средством в том случае, когда их разработка осуществляется министерствами субъектов РФ и муниципалитетами совместно. Разработанные предварительные показатели должны проходить экспертизу и проверку в пилотных регионах», анализ которых позволит выделить критерии эффективности реализации компоненты модели инклюзивного образования в условиях ДОУ [2].

По мнению М. В. Горячовой, наиболее распространенным в педагогике типом моделей является структурно-функциональная модель, в основе которой лежат сущностные связи и отношения между компонентами системы. Структурные представления разного рода позволяют разделить сложную проблему с неопределенностью на более мелкие, которые лучше поддаются анализу, что само по себе можно рассматривать как некоторый метод моделирования, именуемый иногда системно-структурным [3].

Так, например, в структуре адаптивной модели ДОУ Е. А. Ямбурга [4] присутствуют четыре основных модуля, и в каждом из них реализуется своя образовательная модель. В данной модели акцент делается не на отдельные модули, а на их оптимальную комбинацию, при которой сохраняется возможность перехода учеников с одного уровня обучения на другой. Имеющийся опыт реализации гуманистических моделей в опыте отечественных образовательных систем представлен в виде адаптивной педагогической модели. Сравнивая основные компоненты адаптивной модели с инновационной на сегодняшний день моделью инклюзивного образования, можно констатировать параметральную схожесть анализируемых моделей прежде всего в своей гуманистической направленности.

Как видно из таблицы, реализация принципов адаптивной педагогики предполагает создание специальных педагогических условий, предполагающих реализацию принципа доступности в образовательном процессе для детей с разными образовательными возможностями, тем не менее, особенности детей с ОВЗ адаптивная педагогика не учитывает [5].

Таблица 1

Сравнительная характеристика компонентов адаптивной педагогики и инклюзивного образования

Компоненты	Адаптивная педагогика	Инклюзивное образование
Цель	Адаптация детей к быстроменяющейся жизни	Адаптация системы образования к особенностям всех детей, включая детей с ОВЗ
Контингент	Одаренные и обычные дети, а также нуждающиеся в коррекционно-развивающем обучении	Все дети, включая детей с ОВЗ
Функции	– ориентационная; – коррекционная; – реабилитационная; – стимулирование; – предупреждение затруднений учащихся в образовательном процессе	– гуманистическая; – стимулирующая; – деятельно-преобразующая; – интегративная; – социальная
Принципы	– индивидуализации; – дифференциации; – мобильности; – гибкости; – открытости	– толерантности; – разнообразия; – гибкости; – доступности; – качества; – эффективности

Подтверждением данного аспекта является анализ экспериментальной деятельности по адаптации учащихся с разными образовательными возможностями. Реализация адаптивной модели проходила в г. Москве (2012-2014 гг.). Необходимость внедрения модели была определена неудачным опытом организации коррекционной группы, которая не соответствовала возможностям учеников, вызвала еще большее снижение успеваемости и социальные девиации у учащихся. Включение детей коррекционной группы в общие группы было связано с взаимной агрессией со стороны обучаю-

щихся. Не были разработаны этапы включения дошкольников в образовательный процесс, их индивидуальные образовательные траектории, не осуществлялось психолого-педагогического сопровождения, что спровоцировало резкое снижение успеваемости, посещаемости учащимися из этой группы учебных занятий и, как следствие, нарушение дисциплины. Учитывая данный факт, а также удаленность ДООУ от центра, низкий уровень подготовки педагогического коллектива, социальные особенности населения, организация учебного процесса для детей с особыми образовательными потребностями нового набора была обусловлена следующими педагогическими условиями:

- о здание однородных групп учащихся по способностям, интересам, склонностям;

- организация в группах однородной среды, предметно и социально ориентированной;

- разработка учебных программ согласно уровню готовности к обучению учащихся, то есть осуществление дифференцированного подхода;

- сопровождение дефектолога.

Результаты данной опытно-экспериментальной работы были следующие. Из 120 первоклассников было выделено по итогам пропедевтического периода 12 человек в коррекционно-диагностический класс. Занятия проводились на основе Программы для специальных (коррекционных) дошкольных учреждений VII вида и классов коррекционно-развивающего обучения и специально разработанного спецкурса «Коррекция и развитие нарушений устной и письменной речи у детей с задержкой психического развития». Учащиеся посещали занятия логопеда. Для педагогов учреждения была разработана серия методических педсоветов по теме «Дети с пониженной успеваемостью и пути их адаптации в условиях ДООУ». Организация специальных педагогических условий позволила повысить уровень адаптации дошкольников к учебному процессу, усвоение учебного материала на 88 %, формирование учебной мотивации 90 % учащихся класса, снижение тревожности у 89 %. Однако не все учащиеся коррекционного класса обучения смогли адаптироваться к учебному процессу. Учащиеся, диагностированные как умственно отсталые и со сложными комплексными нарушениями, по данным мониторинга (методика определения уровня обученности В. И.Зверевой, методика выявления результативности личностно-ориентированного

образования П. И. Третьякова, И. Б. Сенновского), не смогли овладеть учебным материалом, у учащихся не сформирована учебная мотивация. Опираясь на эти данные, можно сделать вывод, что условия адаптивной педагогики эффективны не для всех категорий детей. Следовательно, для организации доступного образования для всех детей с особыми образовательными потребностями требуется расширение организационно-педагогических условий, изменение технологий подачи учебного материала и преодоление дефицита инклюзивной готовности у педагогов, работающих с детьми с ОВЗ.

Реализация принципов адаптивной педагогики на практике, а также анализ понятий и компонентов моделей показывают, что инклюзивное образование является более широким понятием и явлением. Системный анализ опыта формирования инклюзивного образования в России и за рубежом позволил нам выделить наиболее значимые компоненты для реализации доступного образования в условиях ДОУ:

- педагогические кадры;
- материально-техническое обеспечение;
- методическое обеспечение процесса;
- общепедагогические и специальные организационно-педагогические условия, которые можно представить в виде модели.

Таким образом, комплексная оценка параметров инклюзивного образования в условиях ДОУ позволит определить конкретное взаимодействие между муниципальными структурами, имеющими непосредственное отношение к организации доступного образования детям с особыми образовательными потребностями.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 17 декабря 2001 г. N 871 «О реструктуризации сети общеобразовательных учреждений, расположенных в сельской местности». URL: <http://www.stat.gov.ru>
2. Топчий Л. В. Социальная квалиметрия, оценка качества и стандартизация социальных услуг: учеб. пос. М.: Изд-во РГСУ, 2009. С. 63.
3. Горячова М. В. Моделирование педагогических процессов. URL: <http://www.rae.ru/zk/arj/2007/11/Goryachova.pdf>
4. Ямбург Е. А. Школа для всех: адаптивная модель (теоретические основы и практическая реализация). М.: Новая школа, 1996. С. 352.

5. Попов Г. Н. Проблемы обучения детей с умственной отсталостью // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2008. Вып. 3. С. 63–66.

ОЦЕНКА И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ОПЛАТЫ ТРУДА ДЕТСКИХ САДАХ КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА

Нельга Н.Ю.

*Омский государственный аграрный университет
им. П.А. Столыпина*

Дифференциация оплаты труда – различие уровней оплаты труда работников под влиянием различных факторов. Дифференциация оплаты труда определяется как различиями в результатах труда работников, так и общеэкономическими условиями деятельности различных отраслей хозяйства. К факторам, оказывающим влияние на размер заработной платы, можно отнести следующие:

- количество и качество труда;
- сложность труда;
- условия труда;
- вид трудовой деятельности;
- стоимость жизни;
- минимальный размер оплаты труда, как основной вид социальных гарантий;
- политика заработной платы на предприятии и др.

Все эти факторы создают определенную дифференциацию заработной платы между конкретными работниками или их отдельными группами. Поэтому на практике различают отраслевую, территориальную, профессиональную дифференциацию, дифференциацию по категориям персонала и условиям труда.

Тем не менее, основным видом дифференциации является дифференциация уровня оплаты труда по критериям производительности и эффективности труда - как способ реализации стимулирующей функции оплаты труда. Целью такой дифференциации является - установить относительный уровень зарплат в зависимости от количества, качества и результатов труда, мотивируя, таким образом, работников к эффективному, производительному труду [1].

Главным инструментом дифференциации оплаты труда является тарифная система. Она включает совокупность нормативов – тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационные справочники, районные коэффициенты, разного рода надбавки и доплаты тарифного характера, которые предназначены для использования при установлении ставок и окладов работникам и при определении размеров их вознаграждения за выполненную работу.

Должностные оклады служащих установлены на основе штатного расписания. Штатное расписание – это разрабатываемые предприятиями и организациями таблицы, в которых отражается наименование должностей служащих, численность и структура управленческого персонала (персонала служащих), фиксированные должностные оклады служащих или «вилка» окладов (минимальный и максимальный месячный оклад по каждой должности) [2].

На 01.04.2014 по штатному расписанию МБДОУ «Черлакский детский сад №2 комбинированного вида» насчитывается 30,65 единиц, из них:

- 1) Руководящие работники – 1 единица (заведующая);
- 2) Работники первого уровня – 3,25 единиц (музыкальный руководитель, старший воспитатель, учитель-логопед);
- 3) Работники второго уровня – 12,5 единиц (воспитатели);
- 4) Вспомогательный персонал – 8,65 единиц (помощники воспитателей);
- 5) Специалисты и служащие – 1 единица (заведующий хозяйством);
- 6) Медицинский персонал – 1 единица (медицинская сестра);
- 7) Персонал рабочих – 3 единицы (машинист по стирке белья, 2 повара).

1. Производительность труда. Она зависит не только от индивидуальной выработки работника, но и от рыночной цены производимого им продукта;

2. Социальная эффективность труда. Заработная плата работников бюджетной сферы зависит от субъективных представлений высших государственных чиновников о социальной эффективности труда в тех или иных отраслях и ведомствах;

3. Человеческий капитал. Он определяется инвестициями в образование, его продолжительностью, величиной профессионального стажа, а также рыночной конъюнктурой на соответствующем рынке труда. Так, в результате повышения рыночного спроса на ус-

луги адвокатов увеличивается как уровень их заработной платы, так и стоимость юридического образования. Как следствие, человеческий капитал юриста, выраженный в стоимостных единицах, также увеличивается;

4. Социальный капитал. Он характеризуется системой родственных от-ношений, деловых связей и профессиональных контактов работника. В таких профессиях, как журналист, менеджер по продажам и т.д., социальный капитал служит важнейшим фактором дохода.

На дифференциацию оплаты труда в МБДОУ «Черлакский детский сад №2 комбинированного вида» оказывают влияние следующие стимулирующие выплаты:

1. Повышение за стаж – доплата в размере 10 – 20% от должностного оклада (ставки) сотрудниц (в рассматриваемом детском саду работают 3 сотрудницы, получающие надбавку в размере 10% и 10 сотрудниц – 20%);

2. Повышение за наличие квалификационной категории – доплата в размере 5 – 10% от должностного оклада сотрудниц (в рассматриваемом детском саду работают 3 сотрудницы, получающие надбавку в размере 10% и 10 сотрудниц – 20%);

3. Повышение за молодого специалиста – доплата в размере 20% от должностного оклада сотрудника (в рассматриваемом детском саду работает 1 молодой специалист, получающий данную надбавку);

4. Повышение за работу с детьми с ограниченными возможностями – доплата в размере 15% от должностного оклада сотрудника (имеется 4 сотрудника, получающие данную надбавку);

5. Стимулирующие доплаты до минимального размера оплаты труда;

6. Доплата за интенсивность и напряженность (в размере от 400 рублей до 4400 рублей, в том числе помощник воспитателя – 2000, а воспитатель – 4400);

7. Доплата за работу в ночное время (2 сторожа имеют данную надбавку около 1000 рублей);

8. Доплата за работу в праздничные дни (имеют 2 сторожа).

Исходя из начисленной заработной платы в 2014 году средняя заработная плата воспитателя составила 14911 рублей, помощника воспитателя – 7966 рублей, технический персонала – 6000–8000 рублей. Средний уровень заработной платы по детскому саду со-

ставляет 11712,89 рублей. За 2013 год средняя зарплата сотрудников детских дошкольных образовательных учреждений Омской области составляла 19392 тысячи рублей (усредненное по России – 23363 рубля, а по Сибирскому федеральному округу – 20793 рубля). Заработные платы помощника воспитателя в детских дошкольных образовательных учреждениях в полтора-два раза ниже [4].

При изучении дифференциации заработной платы стоит уделять внимание не только индивидуальным характеристикам работников, но и неоднородности рабочих мест рис. 2.

Коэффициент дифференциации между сотрудниками с самой высокой и самой низкой заработной платой по МБДОУ «Черлакский детский сад №2 комбинированного вида» в исследуемом периоде составляет 4,8, что вполне соответствует общепринятой норме 4,5.

Значительная дифференциация по уровню заработной платы в определенной степени объясняется занимаемыми должностями. Необходимо отметить, что различия в заработной плате не всегда связаны с разницей в производительности труда или с производственными успехами. Кроме того, можно говорить о дискриминация в оплате. Её причиной обычно служит предубеждение, согласно которому продуктивность труда существенно различается по социальным группам: национальным, половым, возрастным и т.д. Соответственно в практике социально-трудовых отношений встречается дискриминация в оплате труда по национальности, полу, возрасту, социальному происхождению, религиозным и политическим убеждениям и т.д.

По нашему мнению, дифференцированная оплата труда персонала предприятия (организации), стимулирующая трудовую деятельность, должна отвечать следующим требованиям:

- быть персонифицированной (персональной);
- основываться на объективных критериях оценки трудозатрат работника;
- быть понятной работнику;
- не утяжелять документооборот;
- быть прозрачной для контроля;
- стимулировать повышение качества труда работника;
- способствовать социальной защите работника [2].

Таким образом, дифференциация заработной платы предпола-

гает установление необходимых различий в оплате труда в зависимости от его сложности (квалификации), интенсивности, сфер приложения и условий труда. На основании проведенного исследования можно отметить, что оплата труда в МБДОУ «Черлакский детский сад №2 комбинированного вида» соответствует вышеперечисленным факторам дифференциации. В исследуемом детском саду дискриминации в оплате труда не наблюдается. Стимулирующие выплаты, которые осуществляются на данном предприятии, немного сглаживают различия в зарплате, но главное, что фактор сложности труда воспитателя не оценивается по достоинству из-за низкого уровня оплаты труда в бюджетной сфере.

Библиографический список

1. Алиев И.М. Экономика труда: учебник для вузов. / И.М. Алиев – М.: Юрайт, 2012. - 671 с.
2. Захарьин В.Р. Заработная плата в коммерческих организациях и бюджетных учреждениях: учебно-практическое пособие. / В.Р. Захарьин – М.: Проспект, 2012. – 656 с.
3. Климова М.А. Заработная плата. / М.А. Климова – М.: Налоговый вестник, 2013. – 320 с.
4. Итоги федерального статистического наблюдения в сфере оплаты труда отдельных категорий работников социальной сферы и науки за 2013 г.– М.: Федеральная служба государственной статистики, 2014, - 2014. - Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/itog_monitor/itog-monitor4.html

МОТИВАЦИЯ К ТРУДУ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА

Руденко А.С.

Омская гуманитарная академия

На сегодняшний день эффективное управление невозможно без понимания мотивов и потребностей персонала, без правильного использования мотивационных факторов и построения системы мотивации, которая должна профессионально выстраиваться руководителями высшего и среднего звена управления. Мотивация, теоретическим и практическим осмыслением которой занимались Ф.У

Тейлор. А. Маслоу. Ф. Герцберг. К. Аль-дерфер. Д. Макклелланд. является главной проблемой организаций и компаний во всем мире. Решение данной проблемы связано с человеческим фактором. В этой связи зачастую перед нами встает множество вопросов: Почему люди работают? Что вызывает желание и потребность работать? Почему работники по-разному относятся к работе? Что нужно делать для того, чтобы люди работали лучше и производительнее? Эти и многие другие аналогичные вопросы обязательно возникают тогда, когда происходит управление людьми. [1]

В последнее время сложился устойчивый интерес к проблеме мотивации в деятельности сотрудников социальных служб, поскольку именно этот фактор определяет эффективность работы, как лично сотрудника, так и общегосударственного института социальной работы в целом. Повышение эффективности социальной работы является не только проблемой научных исследований, но и важной задачей для практиков-управленцев федеральных и региональных уровней, непосредственных организаторов системы социальной защиты населения, а также преподавателей высшей школы, которые занимаются подготовкой и переподготовкой специалистов в данной сфере деятельности.

Термин «мотивация», взятый в широком смысле, используется во всех областях психологии и менеджмента, исследующих причины и механизмы целенаправленного поведения человека и животных. В общем смысле мотивация рассматривается как побуждения, вызывающие активность организма и определяющие ее направленность.

Главное в мотивации, данные представлены на рис. 1 - ее неразрывная связь с потребностями человека. Человек стремится снизить напряжение, когда он испытывает нужду (не всегда осознаваемую) в удовлетворении какой-либо потребности (биологической или социальной). Мотивация делает поведение человека целенаправленным. Цель здесь - это то, что может привести к ликвидации испытываемого человеком состояния нужды в чем-либо. Достижение цели приводит к уменьшению или исчезновению напряжения и восстанавливает физиологическое и психологическое равновесие.

Первичные потребности иначе можно назвать физиологическими - это потребность в пище, жилье, безопасности. Вторичные потребности по своей природе психологические. Например, по-

требности в успехе, уважении, привязанности, власти и т.д. Первичные потребности заложены генетически, а вторичные обычно осознаются с опытом.

Мотив труда формируется только тогда, когда трудовая деятельность является если не единственным, то основным условием получения блага. Если же критерием в распределительных отношениях служат другие факторы (должность, квалификация, степени, разряды, звания и пр.), то формируются мотивы реализации этих факторов, которые необязательно предполагают трудовую активность работника, т.к. могут достигаться при помощи других видов деятельности.

Большое значение для формирования мотивов труда имеет оценка вероятности достижения. Если получение искомого блага не требует особых личных усилий, либо это благо очень трудно получить, т.е. требуются сверх усилия, то мотив труда чаще всего не формируется. И в том, и в другом случае работник пассивен.

Мотивы труда разнообразны. Они делятся по потребностям, которые работник стремится удовлетворить посредством труда, по тем благам, которые требуются для удовлетворения потребностей, по той цене которую работник готов заплатить за получения искомого блага.

Психология труда, инженерная психология и эргономика всегда является то, что удовлетворение потребностей, получение желаемых благ обязательно связаны с трудовой деятельностью.

К основным характеристикам профессиональной мотивации относятся: полимотивированность, иерархичность, принцип справедливости и принцип подкрепления.

При полимотивированности на поведение оказывает влияние не один, а несколько мотивов. Структура этих мотивов иерархически организована и находится в отношении соподчиненности друг к другу. Между мотивами может устанавливаться отношение компенсаторности. Когда недостаточная выраженность одного мотива компенсируется развитием другого, например, не очень высокая зарплата компенсируется теплыми взаимоотношениями с коллегами. [2]

Иерархичность мотивов - это не застывшее явление, значимость мотивов может меняться в зависимости от этапа освоенности деятельности, влияния среды, личных установок. Принцип спра-

ведливости - пристрастное отношение работников к самым различным аспектам рабочей ситуации. Большинство работников нацелены на справедливое взаимодействие, понятное и адекватное усилиям вознаграждение. Принцип подкрепления основан на желании работника повторять действия, приносящие удовольствие и избегать того, что влечет неприятные переживания. Позитивное подкрепление со стороны организации - то, что повышает вероятность желательного поведения. По большому счету; вся систематическая стимуляция труда является подкреплением желательного для организации поведения сотрудников.

Прежде, чем стать мотивом поведения, значимая потребность или интерес пропускается через фильтр установок. В основе большинства установок индивида лежат ценностные ориентации и нормы поведения - ответ на вопрос «что такое хорошо и что такое плохо». Ценностные ориентации являются продуктом социализации человека и отражают его уровень культуры и социальных реакций. Нормы могут быть правовыми и моральными. Установка приводит к определенной трансформации потребностей и интересов в мотив, при которой тот приобретает более приемлемую для ситуации форму, поощряемую социумом.

Потребность (интерес), выдержавшие проверку на соответствие установкам, становятся мотивом поведения. На этом этап мотивации завершен, и трансформация сознания в поведение плавно перетекает в следующий этап, когда определяется цель и планируется будущее поведение. Модели поведения, получившие подкрепление (путем поощрения, положительной оценки), становятся установками. Эти установки определяют последующее поведение человека в схожей ситуации.

Когда говорят о человеке, что он слабо мотивирован, то на самом деле подразумевают, что он мотивирован делать нечто иное, например, не работать или по крайней мере, не работать эффективно или эффективно. Когда работник мотивирован чем-то другим, что не представляется нам разумным или приемлемым, то принято считать, что он не мотивирован. Все люди мотивированны по-разному вследствие конкретного наследственного багажа и жизненного опыта. По этой причине возникают такие трудности, связанные с оценкой (измерением) и изучением мотивации: слова и выражения, используемые для определения мотивации, не точны и поддаются различному толкованию; достаточно трудно вычлени-

человека как работника из всех прочих его социальных ипостасей. Такие стимулы как достижения могут проявляться как в рамках работы, так и за их пределами; оценка мотивации в определенный момент времени дает только срез сиюминутных чувств работника по отношению к работе; различия в значении факторов мотивации у одного человека могут сильно различаться в различные периоды жизни, но объяснить причины этих перемен довольно сложно; людям очень трудно осознать свои истинные мотивационные побуждения, т.к. мы все имеем эффективные механизмы защиты и способности к рационализации, включая отрицание, позволяющие нам сохранять психическое равновесие[3].

Черты присущие профессиональной деятельности социальных служб, та-кова, что. во-первых, мало возможности для расширения финансовых и административных мотивационных методов, во-вторых, работа с социально незащищенными слоями населения требует значительного личного участия сотрудника и наличия у него высоких моральных качеств. В этих условиях большое значение приобретает социокультурный аспект мотивации, который нашёл отражение в теории потребностей А. Маслоу- удовлетворение потребностей высшего уровня.

Удовлетворения потребностей в самовыражении (самореализации): точное определение и реализация потенциала каждого работника; поручению подчиненным сложных и важных заданий, требующих полной отдачи; поощрение и развитие творческих способностей сотрудников.

Удовлетворения потребности в уважении: постоянное увеличение со-держательности работы сотрудников; обеспечение им эффективной обратной связи с результатами работ и реакцией руководителя; оценивание и поощрение достигнутых результатов; привлечение подчиненных к форму-лированию целей и разработке решений; делегирование подчиненным достаточных прав и полномочий; продвижение подчиненных по служебной лестнице; обеспечение или поддержка обучения и переподготовка подчиненных, которая повышает уровень их компетентности.

Итак, что понимается под удовлетворением социальных потребностей: поручение сотрудникам работы, которая позволила бы им общаться; создание на рабочем месте духа единой команды, проведение периодических совещаний с подчиненными не только для принятия стратегических

Психология труда, инженерная психология и эргономика решений, но и для обсуждения текущих вопросов; принятие возникших неформальных групп, если они не наносят реального ущерба организации; создание условий для социальной активности работников вне организации.

Для развития социокультурной мотивации у сотрудников социальных служб в повседневной практике можно использовать следующие методы: создание условий, при которых человек испытывал бы профессиональную гордость за то, что лучше других может справиться с полученной работой, причастность к ней. личную ответственность за её результаты; ощущали бы ценность результатов, их важность для кого-то; присутствие вызова, обеспечение возможности каждому на своём рабочем месте показать свои способности, выразить себя в труде, в его результатах, иметь доказательство того, что он может что-то сделать и дать этому своё имя. Например, возможность подписывать документы, в разработке которых они участвовали, что даёт возможность ощутить свою значимость; личное признание, когда руководство, зная о заслугах работника, поздравляет по случаю праздников и семейных дат; создание в коллективе атмосферы взаимного уважения и доверия.

Итак, психологический процесс формирования мотивации у сотрудников социальных служб, и как следствие - повышение эффективности работы, ничем не отличается от формирования мотивации труда персонала любой организации. Но в силу специфики работы на первое место выходят социокультурные мотивы, которые хорошо описаны в теории потребностей А. Маслоу. а именно удовлетворение высших потребностей, таких как самовыражение, уважение и общение. Также можно предположить, что при соблюдении некоторых правил в системе мотивации можно построить коллектив, который всегда бы достигал поставленной цели, благодаря правильному направлению руководителя.

Библиографический список

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. - Питер. 2008.-512 с.
2. Маслоу А. Мотивация и личность. - Питер. 2009. - 352 с.
3. Баженова Е.В. Мотивация и стимулирование: на пути к успеху фирмы. -М.; СПб, 2009.-345 с.

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Тищенко М.И.

Омская гуманитарная академия

Трудовой потенциал – одна из ключевых подсистем человеческого потенциала, его ядро. От формирования, распределения и использования трудового потенциала регионов зависит не только эффективное воспроизводство человеческого потенциала страны, но и возможности ускорения темпов экономического развития. В связи с этим становится актуальным исследование состояния и проблем реализации трудового потенциала, направлений государственного управления трудовым потенциалом.

Цель данной работы – исследовать трудовой потенциал в экономике современной России.

Предметом анализа выступает трудовой потенциал.

Термин «трудовой потенциал» как новая экономическая категория получил распространение в научной литературе в 70-80-х годах XX века. Его появление было вызвано практическими потребностями времени. Возникновение данной категории было обусловлено необходимостью качественного совершенствования всей системы формирования, развития и реализации совокупной способности людей к труду и развития творческой активности человека как субъекта производства и общественной жизни.

В современной научной экономической литературе на сегодняшний день не существует единого определения понятия «трудовой потенциал» (Таблица 1). Данное понятие трансформируется в процессе изменения социально-экономических отношений в государстве. Определения трудового потенциала работника, предприятия, региона и страны в целом, при всем их сходстве имеют различия.

Первые четыре подхода отличаются от экономического подхода более узкой интерпретацией понятия «трудовой потенциал». В рамках экономического подхода максимально отразить глубину понятия «трудовой потенциал» позволяет определение И. С. Масловой, по мнению которой трудовой потенциал региона – это «обобщающая характеристика меры и качества совокупности способностей к общественно полезной деятельности, которыми оп-

ределяются возможности отдельного человека, групп людей, всего трудоспособного населения по их участию в труде»[4, с.14].

Таблица 1

Подходы к трактовке понятия «трудовой потенциал» [1]

Подход	Трудовой потенциал (региона, страны) – это...
Демографический	Население в трудоспособном возрасте
Медико-демографический	Трудоспособное население в трудоспособном возрасте
Статистический	Численность трудовых ресурсов
Социологический	Качественные характеристики рабочей силы
Экономический	1) Трудовые ресурсы в единстве своих количественных и качественных проявлений (ресурсный подход); 2) Форма проявления личного фактора производства (факторный подход); 3) Обобщающая характеристика меры и качества совокупности способностей к труду (комбинированный, комплексный подход).

Трудовой потенциал является более широкой экономической категорией, чем трудовые ресурсы, поскольку он включает в свой состав как тех работников, которые находятся в трудоспособном возрасте или выходящих за его рамки, но участвующих в общественном производстве, так и лиц, не достигших этого возраста или перешедших его, но способных к труду [2, с.43]. Динамика трудового потенциала страны или отрасли производства измеряется с помощью таких демографических характеристик, как численность и темпы естественного прироста населения, его половозрастная структура, а также качественных параметров личности человека - состояния здоровья, уровня общего и профессионального образования и иных психофизиологических показателей.

Трудовой потенциал характеризуется совокупными возможностями работников к эффективной экономической деятельности. Между трудовым потенциалом человека, его способностями и результатами труда, доходами и уровнем жизни имеется прямая зависимость: рост одних факторов вызывает соответствующие изменения всех остальных. Главная особенность человеческого потенциала заключается в его неотделимости от личности своего носителя. Поэтому трудовой потенциал отдельного работника имеет свои границы, определяемые умственными и физическими способностями

ми человека, нравственными и интеллектуальными качествами и другими личными характеристиками, выражающими склонности и возможности индивидуума к профессиональному росту и творческому развитию.

Современный этап развития экономики России характеризуется изменением роли человека в социально-трудовых отношениях. Незрелость условий формирования и поддержания на необходимом уровне трудового потенциала общества ведет к его недоиспользованию и к экономическим потерям. Снижение трудового потенциала работников происходит быстрее, чем восстановление.

Таблица 2

Количественно-качественная характеристика трудового потенциала и его реализации на личном и общественном уровнях [3].

Характеристики	Структурный уровень	
	Личный трудовой потенциал (уровень личности, отдельного человека)	Общественный трудовой потенциал (уровень общества, страны, региона)
Трудовой потенциал в целом		
Интерпретация	Возможности отдельно взятого человека по участию в общественно полезном труде	Обобщающая характеристика меры и качества совокупности способностей к общественно полезной деятельности
Форма реализации	Трудовая активность конкретного носителя трудового потенциала	
I. Количественная составляющая трудового потенциала		
Форма реализации	Трудовая деятельность человека	Занятость трудоспособного населения
Показатель уровня реализации	Продолжительность времени работы в течение дня, недели, месяца, года	Уровень занятости населения трудоспособного возраста
II. Качественная составляющая трудового потенциала		
Интерпретация	Совокупность качеств отдельного человека	Совокупность качеств трудоспособного населения
Форма реализации	Трудовая деятельность человека	Трудовая деятельность населения
Показатель уровня реализации	Не разработан. Предполагает сопоставление реально осуществляемого действия с максимальными возможностями, оценку меры активности отдельного работника	Не разработан. Предполагает сопоставление реально осуществляемого действия с максимальными возможностями, оценку меры активности трудоспособного населения, совокупного работника

Особенности формирования и использования трудового потенциала работников заключаются, во-первых, в проявлении индивидуальных характеристик работников, таких как состояние здоровья, уровень культурного и духовного развития, знания, умения, навыки; во-вторых, в регулировании процесса использования рабочей силы с учетом особенностей организации труда; в-третьих, во влиянии макрофакторов социально-экономической среды, к которым относятся темпы развития технического прогресса, уровень интеграции и разделения общественного труда, уровень цен и инфляции, структурные изменения в экономике, система образования, система здравоохранения, система социального развития и социальной защиты населения, конъюнктура рынка труда и др.

Для изучения состояния и развития трудового потенциала в современной России необходимо проводить анализ экономически активного населения.

Экономически неактивное население включает следующие категории:

- учащиеся и студенты, слушатели и курсанты дневной формы обучения;
- лица, получающие пенсии по старости и на льготных условиях;
- лица, получающие пенсии по инвалидности (I, II и III групп);
- лица, занятые ведением домашнего хозяйства, уходом за детьми, больными;
- отчаявшиеся найти работу, т. е. лица, которые прекратили поиск работы, исчерпав все варианты ее получения, но которые могут и готовы работать;
- лица, которым нет необходимости работать, независимо от источника дохода.

Численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (занятые и безработные) в 2013г. составила 75,5 млн. человек, или около 54% от общей численности населения страны.

В численности экономически активного населения 72,2 млн. человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 4,0 млн. человек - как безработные с применением критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

Статистические данные показывают (Рис.1), что за последние 15 лет среднегодовая численность занятых в экономике слабо росла

при достаточно устойчивой тенденции повышения уровня экономической активности населения, снижения общей и зарегистрированной безработицы. Кризис 2008–2009 гг. не оказал негативного воздействия на рынок труда при реализации комплекса мер по поддержанию уровня жизни населения и содействию занятости. Принятые антикризисные меры позволили избежать развития негативных тенденций на рынке труда. Хотя уровень безработицы в 2009 г. повысился до 8,3%, с 2010 г. фиксируется устойчивое снижение численности безработных. Численность экономически активного и занятого населения в среднем за 2013 г. составила 75,5 млн. и 71,4 млн. чел., что в целом соответствует показателям 2012 г. Показатель безработицы в 2012–2013 гг. сохранялся на уровне 5,5% (по методологии МОТ), хотя во второй половине 2013 г. приостановилось снижение безработицы. Среднегодовая численность занятых в экономике в 2013 г. практически восстановилась на докризисном уровне 2008 г., а уровень общей безработицы снизился до исторического минимума за весь период наблюдений с 1990 г. [5, с. 142].



Рис. 1 Общая численность безработных в 2008–2013 гг., млн. чел.

В числе наиболее явных перемен в сфере занятости за последнее десятилетие можно назвать:

— снижение экономической активности населения, деградация качественных характеристик рабочей силы, резкое расширение сферы самозанятости населения, появление разнообразных форм неучтенной неформальной занятости, выделение в составе занятых,

помимо наемных работников, частных работодателей и управляющих-менеджеров;

— резкое сокращение государственного и расширение негосударственных секторов экономики (в том числе частного), изменение распределения рабочей силы между основными секторами хозяйства;

— снижение уровня концентрации рабочей силы на крупных предприятиях и ее перелив на средние и малые предприятия и фирмы;

— трансформация трудовой мотивации у молодежи и населения в целом в сторону «доходной» составляющей, резкое снижение престижности ряда видов деятельности (таких как наука, педагогика, непосредственное производство и др.);

— отток рабочей силы из производства в торговлю, финансовые институты, сферы посредничества, услуг;

— постепенное включение страны в международный рынок труда: активизация обмена рабочей силой между Россией и странами ближнего и дальнего зарубежья в результате расширения легальной и нелегальной трудовой миграции.

Характерной чертой для российской экономики в настоящее время является дальнейшее сокращение среднегодовой численности занятых в промышленности и сельском хозяйстве при расширении спроса на трудовые ресурсы в торговле, строительстве, финансовом секторе и государственном управлении. Следует отметить, что существенное влияние на изменение занятости по видам экономической деятельности оказывает высокая дифференциация уровня оплаты труда по видам экономической деятельности.

Заработная плата в обрабатывающем производстве остается ниже среднего показателя по экономике, при этом наиболее значительный разрыв – в сегменте производств потребительского комплекса. По уровню заработной платы машиностроительный комплекс только в 2012 г. приблизился к среднему показателю по экономике и превысил уровень заработной платы в целом по обрабатывающему производству. Лидерами по уровню заработной платы в экономике на протяжении последних 15 лет остаются добывающие производства, производства нефтепродуктов, финансовый сектор. В последние годы фиксировалось сокращение разрыва в оплате труда в секторе научных исследований и разработок. В образовании и здравоохранении уровень оплаты труда остается ниже среднего по экономике. В 2011–2013 г. при повышении уровня оплаты

труда в бюджетном секторе усилился приток кадров в секторы государственных услуг. На уровне государственного управления актуальной задачей становится обеспечение превышения темпов роста ВВП по сравнению с темпами роста занятости.

На современном этапе развитие трудового потенциала связано с мероприятиями государственной политики в области содействия занятости населения, к которым относятся:

- создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека;
- поддержка трудовой и предпринимательской инициативы граждан, содействие развитию их способностей к производительному, творческому труду;
- предупреждение массовой и сокращение длительной (более одного года) безработицы;
- поощрение работодателей, сохраняющих действующие и создающих новые рабочие места, прежде всего для граждан, испытывающих трудности в поиске работы;
- разработка и реализация мер по улучшению условий и охраны труда, снижению риска смертности и травматизма на производстве, профессиональных заболеваний;
- расширение практики стажировок в организациях молодых специалистов с целью их последующего трудоустройства на постоянное рабочее место;
- повышение качества образования и профессиональной подготовки кадров. Развитие системы 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;
- повышение качества предоставления услуг в области содействия занятости населения на основе развития государственной службы занятости населения и частных агентств занятости, их взаимодействия;
- осуществление комплекса мер по содействию внутренней трудовой миграции, включая совершенствование системы предоставления государственной поддержки гражданам и членам их семей, переселяющимся для работы в другую местность, включая субсидирование затрат на переезд и обустройство;

- международное сотрудничество в решении проблем занятости населения, включая вопросы, связанные с трудовой деятельностью граждан Российской Федерации за пределами территории Российской Федерации и иностранных граждан на территории Российской Федерации, соблюдение международных трудовых норм.

Государству следует более активно и широко использовать комплекс косвенных мер для стимулирования занятости посредством увеличения совокупного спроса методами фискальной и кредитно-денежной политики. С целью развития трудового потенциала государственная политика в сфере занятости населения должна проводиться в комплексе с направлениями экономической и социальной политики, включая инвестиционно-структурную политику, направленными на регулирование роста и распределение доходов, предупреждение инфляции и повышение уровня благосостояния населения.

Библиографический список

1. Одегов Ю.Г. Рынок труда (практическая макроэкономика труда): Учебник / Ю.Г. Одегов, Г.Г. Руденко, Н.К. Лунева. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2010.
2. Бухалков М.И. Управление персоналом. Учебник /М.И. Бухалков. – М.: Инфра-М, 2012.
3. Рынок труда, занятость и заработная плата [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/
4. Маслова, И.С. Трудовой потенциал советского общества: вопросы теории и методологии исследования. /И.С. Маслова.– М., 1987.
5. Российская экономика в 2013 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 35) – М.: Институт Гайдара, 2014.

МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАЗАХСТАНА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Кызылбаева А.Б., Байдильданова Ж.М.

*Жетысуский Государственный Университет им. И. Жансугурова
г. Талдыкорган, Казахстан*

Социальная модернизация казахстанского общества требует существенного совершенствования системы государственного управления. Важное место в развитии казахстанской государственности в этой связи отводится формированию в республике местного самоуправления как неотъемлемого атрибута демократического государства и неперемennого условия дальнейшего поступательного развития гражданского общества.

Местное самоуправление как непосредственное выражение власти народа максимально приближено к населению, затрагивает интересы каждого гражданина, решает большинство его повседневных проблем. Важным моментом является то, что местное самоуправление, являясь уровнем публичной власти, одновременно выступает и формой самоорганизации граждан, без чего невозможно успешное формирование гражданского общества. Поэтому местное самоуправление позволяет гражданам сознательно участвовать в процессе создания достойных условий жизни на своей территории, формирует ответственность за решение местных проблем, повышает их социальную и гражданскую активность, служит реальным механизмом контроля населения за деятельностью органов управления. В этой связи местное самоуправление рассматривается как важный институт, который предотвращает конфликты между отдельными группами граждан, способствует социально-экономическому развитию территории и устойчивому развитию страны в целом. Можно ожидать, что со становлением в Казахстане реального самоуправления значительно ускорится процесс преобразования страны по пути формирования гражданского общества и социально-ориентированной экономики. Учитывая важность местного самоуправления для эффективного решения социально-экономических проблем с учетом особенностей каждого региона, местное самоуправление гарантируется конституционным законодательством практически всех развитых стран мира, что зафиксировано Европейской хартией местного самоуправления.

Мировая практика показывает, что существует самые разнообразные типы и формы местного самоуправления, которые сложились исторически под воздействием как объективных, так и субъективных факторов. Эволюция форм и методов местного самоуправления происходит в направлении становления и развития гражданского общества. В этой связи сложившиеся типы моделей местного самоуправления в этих странах наиболее полно приспособлены к местным традициям, культуре, менталитету населения, уровню экономического развития страны и другим условиям. Опыт развития местного самоуправления в зарубежных странах необходимо критически осмыслить, адаптировать к казахстанским реалиям, национальным традициям и культуре и учесть при выработке общей стратегии государственного строительства в Республике Казахстан. Местное самоуправление должно играть важную роль в становлении и развитии казахстанской государственности. Это особо подчеркивается в долгосрочной стратегии развития страны «Казахстан – 2050», других программных документах, касающихся перспектив развития Казахстана как суверенного государства.

Европейской хартией «О местном самоуправлении» под местным самоуправлением понимается право и реальная способность местных органов управлять государственными делами в пределах своих компетенций, определенных национальным законодательством, в интересах местного населения. Это право реализуется советами или собраниями, члены которого избираются путем тайного, прямого, равного и всеобщего голосования.

В настоящее время правовой основой местного самоуправления в Казахстане являются Конституция РК, Закон РК от 23 января 2001 года «О местном государственном управлении и самоуправлении в Республике Казахстан» и Указ Президента РК «Об утверждении Концепции развития местного самоуправления в Республике Казахстан» от 28 ноября 2012 года № 438. В соответствии с законодательством органы государственной власти обязаны создать необходимые правовые, организационные и материально-финансовые условия для развития местного самоуправления для реализации конституционных прав казахстанского народа. Это является составной частью общей стратегии развития казахстанской государственности.

Местное самоуправление неразрывно связано с местным обществом, которое является подлинным субъектом само-

управления. Однако общество представляет собой сложную социально-экономическую систему, представляющую собой переплетение всех сфер жизнедеятельности человека – экономической, социальной, политической, идеологической, культурной, экологической. Через органы местного самоуправления нужно предоставить населению реальную возможность самостоятельно и ответственно решать вопросы местного значения.

Становление местного самоуправления является многоэтапным и динамичным процессом, связанным со становлением и развитием гражданского общества, общим уровнем социально-экономического развития страны, другими факторами и условиями, которые непосредственно влияют на жизнь местного сообщества. По мере изменения общих и местных условий, система местного самоуправления должна видоизменяться и адаптироваться к этим изменениям, чтобы обеспечить эффективность управления. В соответствии с этим на каждом этапе становления и развития системы местного самоуправления должны решаться свои специфические задачи.

Приоритетными задачами нынешнего этапа становления самоуправления в Республике Казахстан являются:

1) на уровне аулов (сел), поселков, городов районного значения – постепенно повысить роль населения в решении вопросов местного значения через собрания (сходы) местного сообщества путем стимулирования участия, заинтересованности и ответственности населения при принятии управленческих решений;

2) на уровне городов для решения самых насущных проблем, которые волнуют местное население, внедрить механизм вовлечения части активного населения в процесс принятия управленческих решений;

3) повысить роль маслихатов при назначении или избрании акимов в городах районного значения, аульных (сельских) округах, аулах (селах), не входящих в состав аульного (сельского) округа;

4) расширить финансовую и экономическую самостоятельность нижнего уровня управления в решении вопросов местного значения. Формирование общественных институтов, способствующих установлению контроля за работой местных органов, обеспечению прозрачности их действий.

Результатом предлагаемых мер в конечном итоге как раз и будет реализация политики развития местного самоуправления, кото-

рая в свою очередь приведет к созданию системы взаимодействия населения, местного самоуправления и государственной власти, эффективное функционирование которой позволит обеспечить:

1) повышение роли населения, его участия в качественном решении вопросов местного значения;

2) повышение уровня жизни населения в каждом населенном пункте;

3) повышение политической стабильности в регионе и государстве в целом.

Библиографический список

1. Послание Президента Республики Казахстан – Лидера Нации Н.А. Назарбаева Народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: Новый политический курс состоявшегося государства» Астана, 14 декабря 2012 г.

2. Указ Президента РК «Об утверждении Концепции развития местного самоуправления в Республике Казахстан» от 28 ноября 2012 года № 438.

3. Regulski J. Samorząd III Rzeczypospolitej. Koncepcje i realizacja. Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000.

4. Жумадилова А. «Сущность и природа местного самоуправления в Республике Казахстан» // Правовая реформа в Казахстане. № 3, 2003.

5. Бисенбаев А.К. Становление местного самоуправления и ментальность населения Казахстана // О местном самоуправлении: реалии, проблемы, перспективы. Информационно-аналитический бюллетень № 4, Астана, 2000.

САМОУПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СЕЙЧАС (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН)

Нигматулина Д.С.

*Жетысуский Государственный Университет им. И. Жансугурова
г. Талдыкорган, Казахстан*

Исследователи 19 века, прибывшие в Казахстан, были поражены тем, что на огромном пространстве живет народ с единой формой древнего самоуправления, законодательством, культурой, языком, обычаями и обрядами, менталитетом...» [1]. Это свидетельствует о том, что самоуправленческие начала в нашем государстве заложены еще в древности.

В настоящее время самоуправление в Казахстане не имеет окончательно сформированного института, но все-таки отдельные, законодательно не задекларированные, т.е. неопределенные легитимно как органы местного самоуправления его формы в виде КСК, КМСов, ТОСов, присутствуют.

Если брать во внимание форму КСК (кооператив собственников квартир), то стоит отметить, что эта форма в Казахстане существует, хотя и требует развития и значительного совершенствования по многим направлениям. Например, дифференцированное решение в отношении тарифов, заключение договорных обязательств, отдельная сортировка и вывоз твердого бытового мусора, участие жителей в решении вопросов связанных с деятельностью КСК. Многие вопросы получили свое определенное развитие благодаря существующему закону «О жилищных отношениях в Республике Казахстан».

В данной статье мы опишем деятельность комитетов (филиалов) местного самоуправления (КМС) города Усть-Каменогорск Восточно-Казахстанской области как одну из форм самоуправленческих начал в Республике Казахстан.

Самоуправляющую систему можно разделить на два типа, при этом следует учитывать формы организаций, которые являются основополагающими в данном виде. Так, если основой формы является коллектив, объединенный производственной, профессиональной, политической целью, то речь идет о корпоративных системах самоуправления. Но если же основой формы организации является территориальная общность людей, то перед нами -

территориальный тип самоуправления. Оба эти типа взаимосвязаны между собой, но все-таки, на наш взгляд, имеются принципиальные отличия.

Мы попытались самоуправленческую систему представить в виде схемы представленной на рисунке № 1.



Рис. 1. Самоуправляющая система

Сегодня в Казахстане для развития местного самоуправления большую значимость имеет территориальное самоуправление, когда все члены территориальной общности живут в населенных пунктах и взаимодействуют друг с другом, где благополучная жизнедеятельность людей зависит от того как эти люди умеет сообща решать проблемы на местах. Ведь «именно в пределах территориальных общностей берут свое начало, связываются, координируются, переплетаются и нередко заканчиваются потребности человека» [2].

Так, уже на протяжении 18 лет существует своеобразное местное самоуправление на основании Временного Положения об органах местного самоуправления в г.Усть-Каменогорске и решения маслихата от 30 мая 1996г., комитеты местного самоуправления, которые являются органом местного самоуправления и самостоятельно решают вопросы местного значения.

Основная деятельность КМС заключается в обеспечении жизнедеятельности населения на подведомственной территории на местном уровне исполнительной власти, защита конституционных прав и свобод населения, обеспечение личной безопасности граждан, безопасности их жилищ и движимого имущества.

В круг обязанностей КМС входит:

- контроль за соблюдением физическими и юридическими лицами правил благоустройства и санитарного содержания отведен-

ной и закрепленной территории;

- организация тесного взаимодействия с КСК по поддержанию в рабочем состоянии жилого фонда, своевременному его ремонту и подготовке к зиме;

- контроль за соблюдением всеми членами КСК Закона о жилищных отношениях и Устава КСК;

- работа с поставщиками коммунальных услуг населению и предприятиями, выигравшими конкурс на выполнение работ по ремонту и уборке городской территории по своевременному и качественному исполнению договорных обязательств;

- организация работ по содержанию городской территории, не закрепленной за физическими и юридическими лицами;

- разрешение различного рода конфликтных ситуаций, не требующих вмешательства других органов власти;

- обследование жилищных условий граждан, выявление их нужд и запросов, разрешение проблем на местном уровне и ходатайство перед вышестоящими органами управления об их решении;

- организация и сбор налогов с населения на имущество и землю;

- участие в работе по подготовке и проведению выборов, опросов и референдумов;

- проведение сходов граждан для решения задач территории;

- организация праздничных и других общегородских мероприятий на местном уровне [3].

С марта 2005 года комитеты местного самоуправления стали осуществлять свою деятельность как филиалы коммунального государственного казенного предприятия «Управления делами акимата г. Усть-Каменогорска.

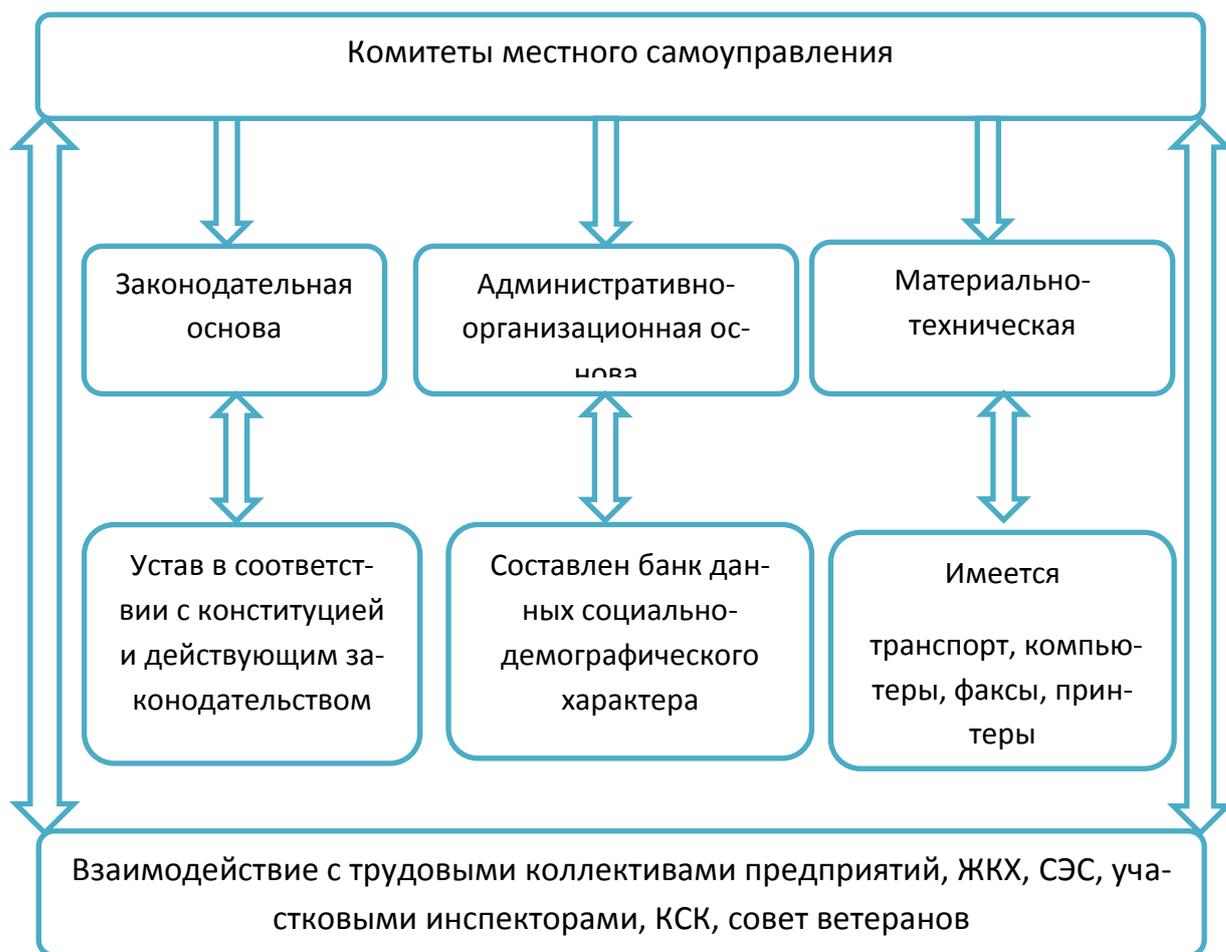


Рис. 2. Организационно-правовая деятельность КМСов г. Усть-Каменогорск

Организационно-правовую деятельность, которую комитеты местного самоуправления осуществляют во всех микрорайонах города, мы представили в схеме на рисунке 2.

В настоящее время КМС имеет значительный опыт и имеется достаточно примеров активной и результативной деятельности КМС в решении задач социально-экономического развития их территорий, дается оценка деятельности предприятий, выигравших тендер на право проведения работ по санитарной очистке, благоустройству и озеленению городских улиц.

Особое внимание КМС уделяют социальным проблемам. В каждом КМС имеется пункт по поддержке и оказанию адресной помощи малоимущим пенсионерам и семьям. Создаются пункты по сбору продуктов, денежных пожертвований от физических и юридических лиц.

Также КМС участвуют и в политической жизни страны, осуществляя подготовку к избирательным компаниям. Так, например, была проведена работа филиалами как в 2005 году при подготовке избирательной кампании по выборам Президента Республики Казахстан, так и в 2007 году при подготовке к выборам депутатов в Мажилис РК, областной и городской маслихаты.

На наш взгляд весьма конструктивно было предоставлено право населению брать под свою ответственность и решать проблемы, возникающие на их административно-территориальной единице, а также реализовать свои Конституционные права.

Библиографический список

1. Абайдельдинов Е.М. Политико-правовая история Республики Казахстан, Учебник. Часть 1. Алматы: Институт «Данекер», 1999. С. 17
2. Кубаев К. Е., Местное самоуправление. – Алматы. Қазак университеті, 2003. С. 14-15
3. Сафонова Н.В. Фунтова Л.Г. Местное самоуправление в Казахстане: состояние, проблемы, пути решения: пособие. – Усть – Каменогорск 2012. С. 12

ДЕПОЗИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

А.А. Алдабергенова

*Жетысуский Государственный Университет им. И. Жансугурова
г. Талдыкорган, Казахстан*

Депозит – денежная сумма, переданная депозитором другому лицу на условиях возвратности данной суммы в номинальном выражении с включением заранее оговоренной надбавки (не зависимо от того, должна сумма быть возвращена по первому требованию или через какой – либо срок, полностью или по частям, с нулевой либо положительной надбавкой, с надбавкой в денежной либо иной форме, возвращена непосредственно депозитору, либо передана по его поручению третьим лицам).¹

¹ 1. Сборник Указов Президента Республики Казахстан. Алматы. 1998г. «О финансовой и хозяйственной деятельности предприятий и организаций Республики Казахстан»

Вне зависимости от наименования сделок и намерения сторон приемом депозита является:

Выдача документов в подтверждении полученных денежной суммы, не связанных с продажей продукта, выполнением услуг, на условиях возвратности с обменом на данные документы.

Продажа ценных бумаг на условиях гарантии долга их обратной покупки.

Учет депозитных операции производится на основе Указа Президента Республики Казахстан, имеющего силу закона, от 26 декабря 1997 года №2732 «О бухгалтерском учете»².

По форме изъятия средств депозиты делятся на обязательства:

До востребования (обязательства, которые могут быть востребованы владельцем по его первому требованию);

Срочные (обязательства, имеющие определенный срок);

Условные (средства, подлежащие изъятию при наступлении заранее оговоренных условий);

Коммерческие банки республики осуществляют депозитные операции в соответствии с Конституцией, указами Президента Республики Казахстан, имеющими силу закона, «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» от 31 августа 1997 г. № 2444, «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» от 24 апреля 1997 г., законом о валютном регулировании от 24 декабря ведение банковских операций, уставом банков и инструкцией Национального банка «О порядке открытия и ведения и закрытия банковских счетов клиентов в банках второго уровня» от 4 марта 1999 г. № 61.1

Депозиторами являются юридические и физические лица, резиденты и нерезиденты Республики Казахстан, клиенты и не клиенты банков.

Вклады на депозиты могут приниматься в как в национальной так и в иностранной валюте.

Целями привлечения депозитов являются: предоставление клиентам возможностей вложения денег дополнительных доходов в виде вознаграждения (интереса); прибыльное размещение их банками в активные операции.

В момент открытия счета между банком и депозитором возник-

² Указ Президента Республики Казахстан «О бухгалтерском учете в Республике Казахстан» от 8 мая 1998 года № 2983

кают правовые отношения, которые прекращаются только после полного возврата суммы депозита с начисленным вознаграждением, за вычетом налогов, подлежащих перечислению в бюджет, согласно действующему законодательству и договору правоотношений. Отношения эти оформляются договором.

Увеличение депозитной базы банка осуществляется следующими путями:

- корреспондентские счета и кредиты других банков и финансовых учреждений;
- расчетные счета юридических лиц;
- депозиты юридических лиц;
- вклады населения и предпринимателей без образования юридического лица;
- ценные бумаги и другие долговые инструменты.³

Для учета депозитных операций коммерческий банк открывает отдельный синтетический счет на различных балансовых счетах депозитов (юридических и физических лиц) по срокам до востребования: до 30 дней, от 31 до 90 дней, или 91 до 120 дней, от 181 дня до 1 года, свыше 1 года до 3 лет и на срок свыше 3 лет.

Характерная особенность современной экономической системы Казахстана – активное использование банковских структур для проведения политики макроэкономической стабилизации. Банковская политика формирования и развития депозитного рынка направлена на привлечение временно свободных денежных средств и мобилизацию внутренних источников инвестирования.

В банковской теории и практике подходы к определению и измерению достаточности капитала претерпевают изменения. Вместе с тем обоснованная оценка этого показателя имеет важное значение для эффективного функционирования банка.⁴

Привлеченные средства коммерческих банков формируют преобладающую часть банковских ресурсов и состоят из депозитов (вкладов) и кредитов (займов), полученных банком. Прием средств вкладчиков и других кредиторов – основной вид пассивных операций банков.

Главным источником привлеченных средств являются депози-

³ Карагусов Ф. С. Правовой режим ценных бумаг в Республике Казахстан. Алматы., 1997г. С. 10

⁴ Сейткасимов Г.С. Банковское дело. Алматы. «Коржи – Каражат», 2002г

ты, составляющие значительную долю всех пассивов коммерческих банков. Виды банковских депозитов весьма разнообразны, их можно классифицировать по источникам вкладов, целевому назначению, степени доходности и так далее. Банковский депозитный рынок стал осязаемым в конце 1994 г., когда процентные ставки по депозитам стали позитивными. В связи с этим наблюдалась тенденция к усилению конкуренции за звание банка лучшего качества, наиболее надежного и самого диверсифицированного.

В целях укрепления стабильности банковской системы Казахстана и восстановления доверия населения к отечественным банкам в конце 2001 г. Национальный банк создал систему гарантирования вкладов физических лиц, включающую 17 банков-участников и Фонд гарантирования, который стал ядром системы, защищающей интересы вкладчиков банков-участников. Расчет оказался верным – всего за несколько месяцев общая сумма депозитов физических лиц в банках-участниках значительно выросла.

Работа системы гарантирования производится на условиях жесткого соблюдения банковской тайны. Сведения о том, кто из вкладчиков какую сумму хранит в банке-участнике, иные данные, составляющие банковскую тайну, разглашению не подлежат.⁵

Депозитный рынок в настоящее время – наиболее емкий. Перспектива депозитных операций подтвердила предположения ведущих экономистов об усилении конкуренции между банками за данный рынок. Выдерживая высокий уровень процентных ставок, банки начали диверсифицировать услуги на депозитном рынке, пытаясь привлечь внимание различных групп вкладчиков.

«Депозитная политика коммерческого банка» в настоящее время является одним из стратегических направлений любого банка Республики Казахстан.

При исследовании банковских балансов за ряд лет можно наблюдать, что услуги банка как депозитные получили развитие только в последнее время. (анализ балансов банков). Однако данные виды услуг широко применяются за рубежом.⁶

Гибкая депозитная политика Банка учитывает интересы всех социальных и возрастных групп. Депозитные операции отражают деятельность банка как посредника между инвесторами и пользова-

⁵ Макарова. Коммерческие банки и их операции. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997 г.

⁶ Жуков. Е. Банки и банковские операции. М.: 2001 г. ЮНИТИ.

телями средств в приобретении ресурсов на свободном денежном рынке банковских ресурсов, через привлечение депозитов банк расширяет возможность кредитных вложений клиентам, другим банкам, что и создает базу для получения доходов.

Депозитные операции относятся к одним из важных традиционных (банковских операций по мобилизации временно свободных денежных средств юридических и физических лиц во вклады.)

Таким образом, в условиях стабилизации рыночной конъюнктуры и продолжающегося общего снижения уровня доходности по финансовым инструментам приоритетность кредитных операций для банковских институтов очевидна. Тем более для расширения кредитования экономики со стороны государства создаются определенные условия. В частности, была апробирована вексельная программа, суть которой заключается в том, что Национальный Банк рефинансирует банки второго уровня, активно кредитующие предприятия реального сектора экономики путем переучета коммерческих векселей.

Несмотря на это услуги по депозитам играют большую роль в банковской сфере.

Библиографический список

1. Сборник Указов Президента Республики Казахстан. Алматы. 1998г. «О финансовой и хозяйственной деятельности предприятий и организаций Республики Казахстан»
2. Указ Президента Республики Казахстан «О бухгалтерском учете в Республике Казахстан» от 8 мая 1998 года № 2983
3. Карагусов Ф. С. Правовой режим ценных бумаг в Республике Казахстан. Алматы.,1997г. С. 10
4. Сейткасимов Г.С. Банковское дело. Алматы. « Коржи – Каражат», 2002г
5. Макарова. Коммерческие банки и их операции. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997 год.
6. Жуков. Е. Банки и банковские операции. М.:,2001 год. ЮНИТИ.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ В РАЗВИТИИ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Самай А. С.

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия

В процессе развития рыночных отношений произошла смена рынка, на котором господствующее место занимал производитель, рынком покупателя. Традиционная сбытовая политика (продать то, что смогли произвести) меняется качественно иной - производить то, что можно продать. Исходным в организации бизнеса становится изучение потребностей рынка и разработка планов их удовлетворения. Ключевым видом управленческой деятельности коммерческой организации становится маркетинг.

«Маркетинг - это плановая система организации и управления производственно-сбытовой и торговой деятельности предприятий, ориентированной на рыночный спрос».

Рынком называют совокупность отношений сферы обмена, складывающихся при определенных исторических условиях. Необходимыми условиями возникновения рыночных отношений являются разделение труда и обособленная собственность на средства и продукты производства. Однако эти условия не являются достаточными, так как они служат также основанием для грабежа (насильственного отъема у производителей их прибавочного продукта). Поэтому третьим необходимым условием существования рыночных отношений является отношение взаимного силового сдерживания участников обмена от попыток грабежа.

Историческим результатом развития таких отношений сдерживания явился институт государства. Из этого следует, что рынок в его более или менее развитой форме без государства существовать не может. Существует несколько определений рынка, каждое из которых характеризует ту или иную его сторону.

Сущностное определение: рынок есть совокупность экономических отношений, посредством которых осуществляется обмен между обособленными производителями товаров.

Функциональное определение: рынок - это способ связи между обособленными производителями, регулятор общественного производства. Посредством рыночных отношений происходит стихий-

ное приспособление структуры производства товаров к объему и структуре общественных потребностей.

С информационной точки зрения рынок - это информационная система, связывающая между собой спрос и предложение. Механизм рынка способствует лучшему информированию товарладельцев о состоянии дел во всех отраслях экономической деятельности, определяет общественную полезность продуктов, указывает направления и характер изменения производственных программ.

Рынок товаров - это система экономических отношений, возникающих в процессе обмена продуктами труда на основе устойчивого взаимодействия товарного и денежного обращения. Рынок потребительских товаров - это система экономических отношений по поводу купли-продажи товаров, когда под ними понимается обладающий потребительной стоимостью продукт труда, предназначенный для продажи (реализации), включая услуги.

Рынок потребительских товаров - это рынок товаров широкого потребления. Он формируется в результате следующих мер:

1) путем развития предпринимательства в сфере производства и сбыта продовольственных и непродовольственных товаров.

2) путем поддержания малых и средних предприятий.

3) налоговое и кредитное стимулирование товаров широкого потребления.

4) переход к свободному ценообразованию на большинство товаров.

5) постепенная отмена дотирования убыточных предприятий.

б) радикальный пересмотр льготного перераспределения товаров широкого потребления.

Субъектами рынка товаров являются как продавцы, так и покупатели специфического товара, в том числе посреднические структуры, объектом - специфический товар, основной для данного рынка, обуславливающий его назначение и несущий благо для потребителя.

Рынок потребительских товаров - функциональный рынок, где объектом выступает товар, удовлетворяющий потребности индивидуального потребителя - населения, а субъектами - продавцы (предприятия и частные лица), осуществляющие продвижение товара от производителя до потребителя (населения), включая процесс продажи товаров и услуг.

Потребительский рынок, по нашему убеждению, занимает в экономике центральное место как жизнеобеспечивающий элемент всего рыночного механизма. Торговля, воздействуя на производство через систему заказов, сделок, договоров, перемещая товары от производителя к потребителю через торговую сеть, удовлетворяет потребности как торговых и производственных предприятий, так и населения, поскольку товар является средством удовлетворения потребностей, а потребность - движущая сила в экономике и побудительный мотив экономической деятельности.

На современный этап развития потребительского рынка все большее влияние оказывает глобализация экономики, представляющая собой процесс движения к мировому экономическому, финансовому, информационному и гуманитарному пространству, обуславливающему снижение государственных барьеров на пути движения информации, капиталов, товаров и услуг, что способствует развитию рыночной конкуренции.

В целях обеспечения единого подхода при анализе и оценке состояния конкурентной среды на товарных рынках в рамках реализации Закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках МАП Российской Федерации утвержден «Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках». Данный порядок может быть использован: при анализе состояния конкурентной среды на федеральных и региональных товарных рынках, выполняемом при подготовке отраслевых и региональных программ демонополизации; при разработке программы мер по преодолению барьеров входа на товарные рынки, программ поддержки предпринимательства и развития конкуренции; в процессе анализа социально - экономических последствий принятия тех или иных нормативных актов для состояния конкуренции на товарных рынках. Кроме того, Государственным комитетом статистики утвержден статистический инструментарий для изучения конъюнктуры потребительского рынка, для организации государственного статистического наблюдения за внутренней торговлей и статистического наблюдения за деятельностью предприятий потребительского рынка.

Центральным моментом в оценке конъюнктуры конкурентного потребительского рынка является характеристика скорости и тенденций развития потребительского рынка, устойчивости динамического процесса. Однако, в представленных законодательных и нор-

мативных актах такие характеристики конъюнктуры конкурентного рынка, как устойчивость, колеблемость, цикличность не нашли отражения, что затрудняет единую оценку тенденций развития конкурентного рынка в целом. Центром экономической конъюнктуры при Правительстве Российской Федерации, осуществляющим руководство, организацию и проведение работ в области экономической конъюнктуры в Российской Федерации и ее регионах согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 3 февраля 2008 г. № 152, также не приводятся разъяснения сущности данных показателей при оценке рыночной ситуации.

Состояние конъюнктуры конкурентного потребительского рынка, изменения, происходящие в ней в результате воздействия различных факторов, могут быть оценены количественно с помощью экономических показателей, к которым относятся показатели внутреннего товарооборота; показатели внешней торговли; показатели кредитно-денежной сферы; а также данные об объеме капиталовложений; данные о заказах; цены и др.

В оценке и анализе тенденций развития потребительского рынка могут быть использованы такие методы исследования динамических процессов, как построение трендовых и регрессионных моделей динамики, группировка отдельных регионов по темпам роста определенных экономических индикаторов рынка, а также индексный метод. Индексный метод позволяет оценить вектор и скорость развития потребительского рынка; отразить количественные компоненты динамики; отразить роль регионов в формировании процесса общего изменения рынка.

Перспективы развития конкурентного потребительского рынка, а, следовательно, и масштабы коммерческого риска в большей степени зависят от характера и интенсивности развития товарооборота. С одной стороны, динамика товарооборота отражает основные закономерности покупательского спроса и тенденции его удовлетворения, с другой стороны, изменения товарооборота определяют потенциальные возможности получения валового дохода, а затем и прибыли. Динамика товарооборота является проявлением действия рыночного механизма, следствием фактически сложившихся пропорций спроса и предложения.

Одним из объективных показателей изменения рыночной ситуации является индекс товарооборота, который характеризует изменение стоимости совокупности проданных товаров (денежной

выручки торговли или расходов покупателей на приобретение товаров) в текущем периоде по сравнению с базисным за счет совместного влияния изменений количества и цен.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ООО «РЕГИОНСТРОЙСЕРВИС»

В. Никулина

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия

Общество с ограниченной ответственностью «Регионстройсервис» работает на рынке утеплителей с 1990 года. На данный момент завод занимает ведущие позиции в Западно-Сибирском регионе по производству пенополистирола, широко применяемого в строительстве в качестве эффективного утеплителя. Предлагаемый ассортимент продуктов ООО «Регионстройсервис» позволяет комплексно подойти к строительству промышленных, гражданских объектов, возведению дорог. Предприятие ООО «Регионстройсервис» осуществляет производственную деятельность по следующим направлениям:

производство и реализация строительных материалов и изделий из пенополистирола;

производство и реализация строительных материалов и изделий из бетона;

производство и реализация изопанелей.

Производство продукции из пенополистирола в настоящее время является основным направлением деятельности предприятия. Тогда как производство изделий из бетона - в стадии становления (осуществляется монтаж оборудования технологической линии, набор персонала и отработка технологии). Также в стадии становления находится производство изопанелей (проводятся необходимые испытания продукции, отлаживается технологический процесс, требуется расширение производственной базы – установка еще одного пресса).

Активно ведутся работы по организации нового направления деятельности, связанного со строительством (формирование строительных бригад, поиск участков под строительство жилья и оформ-

ление документации, решение вопросов финансирования).

Деятельность предприятия носит сезонный характер. В зимний период (с ноября по апрель) спрос на продукцию предприятия падает.

Производство и реализация изделий из пенополистирола является в настоящее время основным источником доходов предприятия. Производство изделий из бетона и изопанелей находятся в стадии становления.

Предприятие ООО «Регионстройсервис» производит и реализует следующую продукцию из пенополистирола:

листы пенополистирола в ассортименте;

гранулы вспененные;

крошка пенополистирола;

несъемная опалубка «Изодом»;

фигурные изделия из пенополистирола.

Динамика производства продукции из пенополистирола представлена в таблице 1.

Таблица 1

Объемы производства ООО «Регионстройсервис» изделий из пенополистирола в 2011-2013 гг.

Годы	Объем производства, м ³	Абсолютное отклонение, м ³	Темп роста, %	Темп прироста, %
2011	40560,63	-	-	-
2012	41807,48	1246,85	103,1	3,1
2013	41984,49	177,01	100,4	0,4

Данные представленные в таблице 1 свидетельствуют о стабильности объема производства изделий из пенополистирола на протяжении трех последних лет. Небольшое увеличение объема производства (3,1%) наблюдается в 2012 году. Что связано с освоением нового вида продукции – несъемной опалубки «Изодом».

Поддержание комфортных условий при эксплуатации зданий, построенных из традиционных строительных материалов, требует повышенного расхода топливных ресурсов, что в конечном итоге ухудшает экологическую обстановку. Особенно в крупных городах.

Установлено, что суммарные теплотери через стены, покрытия и окна составляет 70% от всех потерь тепла через ограждающие конструкции.

Поэтому Постановлением от 11.08.1995 года за №18-81 Минстрой России существенно повысил требуемый уровень термического сопротивления (сопротивления теплопередаче) ограждающих конструкций. При этом требуемое термическое сопротивление установлено независимо от применяемых материалов и конструктивных решений ограждения (СНиП II-3-79* "Строительная теплотехника"). Одним из наиболее перспективных направлений предупреждения теплотерий является использование пенопласта.

Тепло и надёжность – одни из главных качеств, характеризующих добротные построенные или отремонтированные квартиру, дом, офис. ООО «Регионстройсервис» предлагает одно из наиболее перспективных направлений предупреждения теплотерий – использование пенопласта при строительстве или ремонте.

Данные об объемах производства и реализации продукции ООО «Регионстройсервис» представлены в таблице 2.

Таблица 2

Объемы производства и реализации продукции ООО «Регионстройсервис» в 2013 г.

Наименование продукции	Объем производства, м ³	Удельный вес, %	Объем реализации, тыс. руб.	Удельный вес, %
Листы пенополистирола в ассортименте	31202,36	74,4	47137,2	83,5
Гранулы вспененные	7473,55	17,7	6352,5	11,3
Крошка пенополистирола	3205,90	7,6	2340,3	4,1
Несъемная опалубка «Изодом»	77,01	0,2	429,5	0,8
Фигурные изделия из пенополистирола	25,67	0,1	167,7	0,3
Итого	41984,49	100	56427,2	100

Данные представленные в таблице 2 свидетельствуют, что наибольший объем производства (более 70%) и наибольший объем продаж (более 80%) приходится на листы пенополистирола в ассортименте.

Листы пенополистирола марок ПСБ-С-15, ПСБ-С-25, ПСБ-С-35, ПСБ-С-50 производятся из полистирола вспенивающегося с добавлением антипирена. Применяются для тепловой изоляции в качестве среднего слоя строительных ограждающих конструкций и промышленного оборудования при отсутствии контакта плит с внутренними помещениями. Плиты относятся к группе сгораемых материалов, но за счет добавления антипирена время самостоятельного горения не превышает 4 секунд.

ПСБ-С-15 применяется в качестве утеплителя для: бытовок; контейнеров; вагонов; утепления и звукоизоляции конструкций, не подвергающихся механическим нагрузкам (совмещенная кровля, бесчердачная крыша, утеплитель между стропилами).

ПСБ-С-25 - самая популярная марка пенопласта. Применяется для утепления: стен; полов; фасадов; лоджий; домов; крыш; квартир и т.п.

ПСБ-С-35 применяется при изготовлении: многослойных панелей, в т.ч. железобетонных; устройства обогреваемых дорожек, подъездных площадок, стоянок автомобилей, тепло- и гидроизоляции подземных коммуникаций. Для теплоизоляции труб и утепления фундаментов. Для предотвращения промерзания и вспучивания грунтов. Для отвода стоков, укрепления откосов при строительстве бассейнов, разбивки газонов, спортивных площадок.

ПСБ-С-50 применяется при устройстве полов холодильников на межэтажных перекрытиях многоэтажных холодильников. И на обогреваемых грунтах и над вентилируемыми подпольями в автомастерских, гаражах, на стоянках тяжелого автотранспорта, строительстве и реконструкции дорог в заболоченной местности в условиях слабых и подвижных грунтов.

В таблице 3 представлены основные технические характеристики пенополистирольных листов.

Технические характеристики пенополистирола

Наименование показателей	Марка листа пенополистирола			
	ПСБ-С-15	ПСБ-С-25	ПСБ-С-35	ПСБ-С-50
Плотность, кг/м ³	До 15	15,1-25,0	25,1-35,0	35,1-50,0
Прочность на сжатие при 10% линейной деформации, МПа, не менее	0,06	0,08	0,16	0,20
Предел прочности при изгибе, МПа, не менее	0,12	0,17	0,36	0,35
Теплопроводность в сухом состоянии при 25 С, Вт/(м К)	0,042	0,039	0,037	0,036
Водопоглощение за 24 часа, % по объёму, не более	2,0	2,0	2,0	2,0
Влажность, % не более	2,4	2,4	2,4	2,4

Пенополистирол обладает свойствами перечисленными ниже.

Безопасность. Материал производится, используется и утилизируется без ущерба для окружающей среды и здоровья людей. Пенополистирол - это на 100% многократно используемый, наиболее чистый и безопасный теплоизоляционный материал. Он используется и в качестве упаковочного материала для продуктов питания, в игрушках и т.п.

Хорошее тепловое сопротивление. Пенополистирол на 98% состоит из неподвижного воздуха, заключенного в его закрытой ячеистой структуре. Статический воздух, как известно, является самым лучшим природным теплоизолятором. Содержание полистиролового пластика в материале составляет всего 2% - такая комбинация и обеспечивает плитам ПСБ-С замечательные теплоизолирующие свойства. Причем теплоизолирующие свойства пенополистирол сохраняет как и во влажных условиях, так и при низких температурах.

Звуконепроницаемость и ветрозащитное действие. При утеплении с помощью пенополистирольных плит ПСБ-С не нужна допол-

нительная ветрозащита. Кроме того, улучшается звукоизоляция конструкций.

Влагостойкость. Теплоизоляционные плиты ПСБ-С не гигроскопичны. Влагопоглощаемость пенополистирола существенно ниже, чем у минеральной ваты. Даже при длительном погружении в воду теплоизоляционные плиты ПСБ-С впитывают всего несколько процентов воды от своего объемного веса, это позволяет использовать их для утепления фундаментов при прямом контакте утеплителя с грунтом.

Высокая стойкость к нагрузкам. Кратковременная и долговременная стойкость к нагрузкам является одним из важнейших свойств пенополистирола. И она значительно выше, чем у минеральной ваты.

Сохранение стабильных размеров. Утеплитель ПСБ-С остается стабильным в строительной конструкции, причем в течение всего срока эксплуатации строения: не садится, не уменьшается в размерах и не сдвигается в конструкции.

Долговечность. В течение всего срока жизни строения качество свойств утеплителя ПСБ-С не ухудшается. Минимальная влагопоглощаемость материала обеспечивает сохранение стойкости к нагрузкам и теплоизолирующую способность во влажных условиях. Пенополистирол не образует на своей поверхности питательной среды для роста микроорганизмов, не гниет, не плесневеет и не прееет, является химически стойким.

Удобство использования. Благодаря малому весу пенополистирольные плиты ПСБ-С удобны и легки в обращении, их легко можно нарезать на куски нужных размеров с помощью обычных инструментов. Для строителя крайне важным является тот факт, что используя в работе пенополистирол, не требуется применять средств защиты: он не ядовит, не имеет запаха, не выделяет пыль при обработке, не вызывает раздражения кожи.

Трудновоспламеняемость. Все теплоизоляционные материалы ПСБ-С изготовлены из сырья, содержащего огнестойкий материал - антипирен, и соответствуют требованиям ГОСТа – 15588-86. Температура эксплуатации пенополистирола составляет от -200 до +85° С.

Основными потребителями листов пенополистирола ООО «Регионстройсервис» являются предприятия, находящиеся за пределами Омского региона. В таблице 4 представлены потребители листов пенополистирола.

Предприятия, находящиеся за пределами Омского региона - ЗАО «Техстрой», ЗАО «Стройсервис», ООО «Спецстрой», ЗАО «Строймаркет», ТД «Технониколь» закупают 80,4% всей продукции. На долю Омских предприятий приходится 19,6% продаж. Это объясняется достаточно высокими ценами на продукцию и низкой платежеспособностью Омских предприятий.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ СЕТИ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Безвиконная Е.В.

*Омский государственный педагогический университет,
Омская гуманитарная академия*

Наряду с моделями Good Governance и управления как социо-кибернетической системы наибольшее распространение получила теория политических сетей или в определении Р. Родеса – «новый метод управления как самоорганизующиеся сети»⁷. По замечанию известного специалиста в области концепции политических сетей Л.В. Сморгунова, статус данного научного направления до сих пор не определен, поскольку единственным понятием, объединяющим представителей различных школ и теорий становится понятие «policy network»⁸, которое определяется весьма неоднозначно и противоречиво. Теория политических сетей, как и вся модель governance-управления, возникает из необходимости предложить аналитический инструмент анализа принципов взаимодействия субъектов политического процесса, объединенных общим публичным интересом, и действующих в условиях неустойчивости и неопределенности⁹.

Понятие «политические сети» стало в 80-х гг. XX в. средством

⁷ Rhodes, R.A. The New Governance without Government. In: Understanding Governance Policy Networks, Governance, Reflexivity and Accountability. Maidenhead: Open University Press, 2003. P. 60 – 63.

⁸ Государственная политика и управление: Учебник в 2-х частях. Ч. 1. Концепции и проблемы государственной политики и управления / Под ред. Л.В. Сморгунова. М.: «РОС-СПЭН», 2006. С. 235.

⁹ Сморгунов, Л.В. Сравнительная политология: Учебник для вузов / Л.В. Сморгунов. СПб.: Питер, 2012. С. 96.

систематизации понимания и объяснения реального взаимодействия автономных акторов, преодоления дихотомии «государство – гражданское общество». В западной политической науке утверждается идея о важности и необходимости «развития сетей сотрудничества», основу которых могут составлять различные по своей природе и структуре источники (the development of collaborative networks)¹⁰. Достаточно показательной в этой связи представляется модель информационного общества, предложенная финскими специалистами М. Кастельсом и П. Химаненом. Они обращают внимание на то обстоятельство, что условием целостности финского общества и государства выступает информативность: «Это означает, что определяющие действия во всех сферах человеческой практики предпринимают на основе информационных технологий, что такие действия организованы (в глобальном масштабе) в информационные сети и сосредоточены на выработке информации (символов)»¹¹. Рыночные отношения в условиях информатизации должны строиться на основе сложных партнерских взаимоотношений между фирмами, потребителями и поставщиками, которые могут быть определены в качестве «сетевого предприятия». ...информационное общество может существовать – и в действительности существует – в виде множества общественных и культурных моделей...»¹².

Отличительным свойством общества сетевых структур (network society), по мнению М. Кастельса, является доминирование социальной морфологии над социальным действием. Элементы сетевой структуры (узлы) взаимосвязаны между собой, при этом, существует прямая зависимость между расстоянием между узлами и их принадлежностью к определенной сетевой структуре – «Согласно закону сетевых структур, расстояние (или интенсивность и частота взаимодействия) между двумя точками (или социальными положениями) короче, когда обе они выступают в качестве узлов в той или иной сетевой структуре, чем когда они не принадлежат к одной и

¹⁰ Klijn, E.H., Koppenjan, J.F.M. Public management and policy networks: Foundations of a network approach to governance. // Public management. 2000. № 2(2). P. 58 – 135.

¹¹ Подр. см: The Information Age: Economy, Society, and Culture. N.Y., 1996; Кастельс М., Химанен П. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. М: Логос, 2002. С. 9 – 10.

¹² Кастельс М., Химанен П. Указ. соч. С. 10.

той же сети»¹³. Становится очевидным распространённое заблуждение властных институтов относительно возможностей частого взаимодействия между органами местного самоуправления и общественными организациями, которые принадлежат к структурам различной природы – государственной и общественной, и по своей сути находятся на более значительном расстоянии друг от друга.

На отношения внутри одной сетевой структуры распространяются общие кибернетические законы. Поэтому сети являются открытыми структурами, склонными к расширению посредством включения новых «узлов», обладающих общими с сетью коммуникационными кодами, т.е. способными к коммуникации внутри именно этой сети. Признавая самоорганизационный потенциал сетевых структур, Кастельс указывал на необходимость существования в цепи сетевых структур «рубильников» (переключателей), наделённых властными полномочиями и способных изменять направление потоков информации в системе¹⁴.

Несомненно, модель М. Кастельса и П. Химанена преимущественно ориентирована на включение населения не столько в политические, сколько в экономические процессы, но она отражает общую тенденцию эволюции западной политической науки в направлении развития форм взаимодействия государственных и негосударственных структур (институтов), как средства преодоления информационного вакуума, в условиях мировых экономических и политических кризисов. Выражением последней тенденции и стала теория политических сетей¹⁵.

Поскольку политический процесс представляет собой разнонаправленную совокупность субъект-субъектных и субъект-объектных отношений между его участниками, поэтому всю систему взаимодействий, складывающуюся в политическом управлении, возможно, выразить посредством соотношения вертикального (иерархия) и горизонтального (сети) принципов организации полити-

¹³ Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. / под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999. С. 496.

¹⁴ Кастельс, М. Становление общества сетевых структур... С. 498.

¹⁵ Mendizabal, E. Understanding Networks: The Functions of Research Policy Networks. 2006. [Электронный ресурс] // [Режим доступа]: <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/150.pdf> (Дата обращения: 24.11.2012); См. подр.: Сергеев, В.М. Сетевая динамика глобализации и типология «глобальных ворот» / В.М. Сергеев, А.А. Казанцев, А.С. Кузьмин, В.Д.Нечаев, Е.С.Алексеевкова и др. // Полис, 2007. №2. С. 18 – 30.

ческого пространства. Принципы управления, основу которых составляет многоуровневая иерархия и координация процессов централизации и децентрализации властных полномочий, получают теоретическое обоснование в рамках теории политических сетей (policy networks). Согласно последней, эффективность принятия политических решений определяется качественными совместными усилиями государственных и негосударственных (общественных) образований, находящихся в ресурсной зависимости друг от друга.

В отличие от фундаментальных понятий политической теории: система, процесс, структура, термин «политическая сеть» акцентирует внимание на активной и осознанной позиции субъектов, участвующих в процессе выработки и реализации политических решений. Однозначно определить его содержание достаточно сложно, поэтому мы попытаемся проанализировать несколько точек зрения по данному вопросу.

По мнению Е. Клийн и Д. Копеньян политические сети являются «...более или менее стабильными образцами социальных отношений между взаимозависимыми акторами, которые формируются на основе политических проблем и(или) политических программ»¹⁶. Политические сети – важнейший регулятор распределения ресурсов и поведения субъектов политического процесса. Они являются не второстепенными, а ключевыми правилами, нормами, которые имеют стратегическую направленность. М. Хилл и П. Хьюр также полагают, что «политические сети – форма контекста, в котором акторы действуют стратегически»¹⁷. Р. Родес придерживается достаточно общей характеристики политических сетей – это «...комплекс структурных взаимоотношений между политическими институтами государства и общества»¹⁸. При этом, Родес ограничивает действие политической сети соответствующими секторальными интересами, реализуемыми в определенной области политики демократического государства. По мнению М. Кастельса современное общество выступает в качестве «общества сетевых структур», главным признаком которых является доминирование политиче-

¹⁶ Klijn E.H., Koppenjan, J.F.M. Ibid. P. 60.

¹⁷ Hill M., Hupe P. Implementing Public Policy: Governance in Theory and in Practice. London: Sage Publication, 2003. – P. 77.

¹⁸ Rhodes, R., Marsh, D. Policy Network in British Politics. A Critique of Existing Approaches // Policy Network in British Government / Ed. D. Marsh and R. Rhodes. Oxford: Clarendon Press, 1992. P. 10 – 13.

ской морфологии над политическим действием¹⁹. Определяющим законом данных структур становится ускорение времени и уплотнение политического пространства в рамках одной сети, поскольку информационный обмен существенно упрощается: «...новая власть заключается в информационных кодах, в представительских имиджах, на основе которых общество организует свои институты, а люди строят свои жизни и принимают решения относительно своих поступков»²⁰. Таким образом, М. Кастельс полагает, что определяющим структурным компонентом политического пространства должна стать информация, составляющая основу процессов кооперативного взаимодействия всех сетей. В качестве формы социальной координации и управления межорганизационными связями сети выступают и в подходе В. Эвана²¹.

Отличительным свойством современных зарубежных подходов к определению содержания понятия «политическая сеть» является стремление ограничиться общей характеристикой ее признаков. Попытку обобщить данные подходы предприняли авторы исследования «Сравнение политических сетей» (1996). Во вводной части работы, используя обобщенный термин «организационное государство» как синоним «политических сетей», авторы включили в систему политических коммуникаций различных субъектов, участвующих в процессе принятия политических решений, начиная с предпринимательских структур, профсоюзов и заканчивая группами общественных интересов²². Сфера политики, таким образом, складывается из пяти компонентов: организационные субъекты (группы, ассоциации, институты), политические интересы, отношения по поводу завоевания власти (информационный и ресурсный обмен), коллективные действия и позиции, занятые большинством членов сообщества²³.

Отсутствие единства взглядов представителей западной и российской политической науки относительно содержания и форм проявления сетевого управления объясняется сложносоставным ха-

¹⁹ Castells, M. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers, 1996. P. 469 – 470.

²⁰ Castells, M. *Ibid.* P. 470 – 471.

²¹ *Interorganizational relations* / Ed. W.M. Evan. Harmondsworth: Penguin, 1976. P. 239.

²² *Comparing policy networks* / Ed. D. Knoke, F.U. Pappi, J. Broadbent, Y. Tsujinaka. N.Y. Cambridge University Press, 1996. P. 3.

²³ *Comparing policy networks...* P. 11.

рактором данного вида отношений, наличием существенных отличий в механизмах их проявлений. Любая попытка классифицировать научные подходы к определению сущности политических сетей, на наш взгляд, не может быть признана успешной, в связи со значительным их разнообразием²⁴. Более продуктивным представляется комплексный анализ данных подходов и выявление ключевых принципов концепции политических сетей.

В результате, политические сети становятся источником и способом формирования системы политического управления на основе governance-модели, поскольку в современных условиях эволюции демократических государств эффективность решения общественных задач определяется не столько бюрократической иерархией или рыночно-государственным менеджментом, сколько налаживанием совместных кооперативных взаимодействий государства и общества. Одновременно государство должно рассматриваться лишь в качестве одного из агентов координации общественных дел, наряду с бизнес структурами, ассоциациями гражданского общества, местным самоуправлением, международными организациями. Политическая сеть представляет собой разветвленную сеть агентов, между которыми устанавливаются отношения сотрудничества, соучастия, содействия, совместной ответственности и координационного взаимодействия. И.А. Василенко подчеркивает, что «сеть представляет собой децентрализованный комплекс взаимосвязанных узлов открытого типа, способный неограниченно расширяться путем включения новых и новых звеньев, что придает сети гибкость и динамичность»²⁵. Кроме того, политическая сеть выполняет роль аналитического инструмента изучения неустойчивости и открытости взаимодействия множества субъектов политического процесса, объединенных общим интересом, взаимозависимостью, добровольным сотрудничеством и равноправием. Доверие и кооперативная артикуляция становятся эффективными инструментами

²⁴ См. напр.: Borgatti, S. The State of Organizational Social Network Research Today, Department of Organization Studies, Boston University, 2003; Breiger, M. The analysis of social networks, Handbook of data analysis, ed. Hardy M. and Bryman A., Sage, London, 2004. P. 505 – 526; Keast, R., Brown, K. The Network Approach to Evaluation: Uncovering Patterns, Possibilities and Pitfalls // Queensland University of Technology. Australia, 2005; Hafner-Burton, E.M., Kahler, M., Montgomery A.H., Network Analysis for International Relations // International Organization. Vol. 63. №. 3. July 2009; Стрежнева, М. Сетевой компонент в политическом устройстве Евросоюза / М. Стрежнева // Международные процессы. Т. 1. № 1 (19). 2009.

²⁵ Василенко, И.А. Политическая философия: Учебное пособие. М: Гадарика, 2004. С. 21.

самоорганизации политических сетей как условия их самоуправляемости и автономии²⁶. По мнению Я. Кооимана, «то, что управление становится не односторонним, а дву- и даже многосторонним процессом, изменяет не просто границы между государством и обществом, а саму их природу. Они становятся более проницаемыми, и уже невозможно сказать, где заканчивается одно и начинается другое, и наоборот. Разделение обязанностей между правительственными и неправительственными учреждениями каждый раз становится объектом переговоров»²⁷.

Л.В. Сморгунов выделяет несколько характеристик политических сетей, которые позволяют им существовать в сфере публичного управления. Во-первых, сети представляют собой такую структуру управления публичными делами, которая связывает государство и гражданское общество. Эта структура эмпирически наблюдается и теоретически описывается как множество разнообразных государственных, частных, общественных организаций и учреждений, которые имеют некоторый общий интерес. Во-вторых, политическая сеть складывается для выработки соглашений в процессе обмена имеющимися у ее акторов ресурсами. Это означает, что существует взаимная заинтересованность участников сети друг в друге. Ресурсы могут быть распределены неравномерно, но независимо от степени их концентрации и определенного доминирования ряда участников сети последние вынуждены вступать во взаимодействие. Между участниками сети существует ресурсная зависимость. В-третьих, важной характеристикой политической сети выступает общий кооперативный интерес. Это отличает данную регулятивную систему от рынка, где каждый участник преследует, прежде всего, свои собственные интересы. В-четвертых, с точки зрения выработки политических решений участники сети не выстраиваются в некоторую иерархию, где какая-либо организация имеет преимущество с точки зрения ее властной позиции. Все участники сети равны с точки зрения возможности формирования совместного решения по интересующему вопросу. Здесь наблюдается приоритет не вертикальных, а горизонтальных отношений. В-пятых, сеть

²⁶ Frances, J., Levacic, R., Mitchell, J. Introduction / Thompson G., Frances J., Levacic R., Mitchell J. Markets hierarchies and networks: the coordination of social life. London: Sage, 1991. P. 15.

²⁷ Кооиман, Я. Общественно-политическое управление. СПб., 2001. С. 189.

представляет собой договорную структуру, состоящую из набора контрактов, возникающих на основе согласованных формальных и неформальных правил коммуникации. В политических сетях действует особая культура консенсуса²⁸.

Автономный характер политических сетей обеспечивает возможность формирования собственной окружающей среды, сопротивления прямому вмешательству со стороны политической власти в процесс функционирования социальных институтов, расширения области самоорганизации гражданского сообщества. Процесс самоорганизации как условие формирования и развития политических сетей, проявляется, прежде всего, на локальном уровне политической власти – на уровне местного сообщества²⁹. Политическая система превращается в совокупность сетевых связей, созданных государственными и негосударственными структурами в рамках вертикальных и горизонтальных каналов коммуникации³⁰. Формы процесса самоорганизации, включенные в политические сети становятся проверкой способности политической власти осуществлять свои функции в условиях нестабильной внешней и внутренней среды, используя собственные коммуникативные каналы и ресурсы. Социальные противоречия, низкий уровень доверия общества к инициативам политической власти, сохранение тенденции абсентеизма значительной его части создают необходимые условия для обострения противоречий между процессами самоорганизации и вертикальными каналами коммуникации в процессе поиска оптимальной сетевой коммуникативной структуры. Не разрешение указанных противоречий влечет за собой неизбежный кризис политической власти, ее сетевую локализацию, ограниченность использования каналов коммуникации и неспособность адаптироваться к «вызовам» внутренней и внешней среды.

В целом, по мнению Л.В. Сморгунова, политическая сеть представляет собой систему государственных и негосударственных об-

²⁸ Сморгунов, Л.В. Сетевой подход к политике и управлению // Политические исследования. 2001. № 3. С. 108.

²⁹ Hakansson, H., Ford, D. How should companies interact in business environments // Journal of Business Research. 2002. № 6. P. 133 – 139. Подробнее о концепции см.: Попов, Н.И., Третьяк, О.А. Управление сетями: новое направление исследований / Н.И. Попов, О.А. Третьяк // Российский журнал менеджмента. Т. 6. № 4. 2008. С. 75 – 82.

³⁰ Назарчук, А.В. Социальные сети и трансформация политического порядка / А.В. Назарчук // Вестник аналитики. 2007. № 30 (4 – 2007) [Электронный ресурс] // [Режим доступа]: [http://www.nazarchuk.com/articles/article 15.htm/](http://www.nazarchuk.com/articles/article%2015.htm/) (Дата обращения: 12.04.2012)

разований в определенной сфере политики, которые взаимодействуют между собой на основе ресурсной зависимости с целью достижения общего согласия по интересующему всех политическому вопросу, используя формальные и неформальные нормы. Соответственно, политическое управление в рамках сетевого подхода выступает не столько в качестве структуры исполнительной власти отдаленно связанной с непосредственным общественным влиянием, сколько приобретает статус субъекта общественно-политического процесса, направленного на выработку согласованного политического решения совместно со структурами гражданского общества. Механизмы взаимного доверия, кооперативного интереса, интегрированности сети и сетевой стабильности обеспечивают необходимую эффективность всей системе политического управления, т.е. вовлеченность различных общественных, негосударственных организаций и объединений в политический процесс, наряду с институтами государственной власти.

Наличие значительного числа акторов, взаимодействующих в рамках политических сетей и находящихся в различной степени интеграции друг с другом, обуславливает необходимость их классификации. Р. Родес выделяет пять типов сетей³¹:

1. Политические сообщества, отличающиеся стабильностью взаимоотношений, устойчивым членством, наличием вертикальной взаимозависимости и изоляцией от других сетей. Они высоко интегрированы и вертикально зависимы друг от друга. Примером такого типа политических сетей в политическом управлении могут стать территориальные публичные коллективы (иначе местное сообщество);

2. Профессиональные сети выражают интересы определенной профессиональной группы, поэтому основаны на высокой степени вертикальной взаимозависимости и изолированы от других сетей. Профессиональные союзы, различные специализированные службы и ассоциации являются примерами подобного типа сетей;

3. Межуправленческие сети отличаются широким охватом публичных интересов, что предопределяет необходимость расширения горизонтальной структуры и отказа от жесткой вертикальной взаимозависимости. По мнению Р. Родеса, данный тип сетей формиру-

³¹ Rhodes, R., Marsh, D. Ibid. – P. 14 - 15.

ется на основе представительства местных властей³². В тоже время, межуправленческие сети могут существовать на различных уровнях публичной власти и поэтому носят «межсетевой» характер;

4. Сети производителей акцентируют внимание на экономических интересах публичного и частного секторов. Отличаются подвижным членством, зависимостью властного центра от промышленных организаций, и, напротив, ограниченной взаимозависимостью между экономическими интересами;

5. Проблемные сети отличаются стабильным числом участников с ограниченной взаимозависимостью. По аналогии с межуправленческими сетями проблемные сети находятся на границе интересов нескольких политических сетей.

Н.В. Иванчук предлагает расширить классификацию политических сетей Р. Родеса и включить еще один особый вид сетей – «сети доверия». «Они позволяют полнее раскрывать именно политический потенциал государственного и муниципального управления, преодолевать его одностороннюю рыночную или сугубо административную направленность. Очень важно, чтобы формирующиеся сети доверия не приобрели, что неоднократно наблюдалось в прошлом, односторонней направленности: доверия населения к власти и недоверия власти к социуму»³³. Мы полагаем, что сети доверия не могут быть дополнением к предложенной Родесом классификации, поскольку в их основу положены совершенно иные – нравственно-этические критерии. Доверие должно стать механизмом, инструментом, обеспечивающим кооперативное взаимодействие всех акторов как государственных, так и негосударственных.

Реализация концепции политических сетей в рамках системы governance-управления становится возможным только при условии учета нескольких обстоятельств.

Во-первых, функционирование сетей становится возможным только в условии наличия эффективных инструментов выработки и координации публичных интересов участников политического процесса. Одним из действенных способов выступает практика включения в политическое сообщество «профессиональных экспертов», обладающих необходимыми знаниями в области политической тео-

³² Rhodes, R., Marsh, D. Ibid. – С. 16.

³³ Иванчук, Н.В. Governance-парадигма: методологический и практический потенциал // Чиновникъ. uara.ru. №1'08 (53). №6'07. (52).

рии, политического анализа и PR. Они должны четко следовать «правилам игры», заданными участниками: действовать конструктивно, принимать окончательные решения правительства, им должно быть оказано доверие, требования, которые они предъявляют, должны быть разумными и соотноситься с потребностями сложившейся ситуации»³⁴. Эксперты должны согласовывать разнонаправленные частные и общественные интересы и путем компромисса вырабатывать единые публичные интересы, на основе которых и формируются публичные управленческие структуры.

Во-вторых, политические сети представляют собой сложнейшие структуры с точки зрения уровня интеграции, числа участников и распределения между ними ресурсов. Эффективность их функционирования определяется не степенью удовлетворения общественных потребностей, а действенностью механизмов кооперативного взаимодействия властных структур, бизнес- и общественных ассоциаций. Стабильность и изменчивость становятся неотъемлемыми характеристиками политического процесса в публичном управлении.

В-третьих, сети характеризуются частотой, интенсивностью взаимодействия входящих в них субъектов, что во многом предопределяет содержание сетей. Связи и отношения из вспомогательных механизмов управления превращаются в инструмент сохранения целостности публичного управления в целом³⁵. Коммуникативная состоятельность каждого участника политического процесса, начиная с властных структур, и заканчивая территориальными публичными коллективами, обеспечивает действенность, адаптивность всех политических сетей. Одним из наиболее эффективных инструментов коммуникации политических субъектов становятся информационные технологии, электронные средства коммуникации. Данный подход к организации взаимодействия политических сетевых субъектов получил подробное обоснование в концепциях электронного правительства (e-government) и электронного управления (e-governance)³⁶.

³⁴ Ron, S. Public relations history. Buffalo state university, retrieved February 7. 2013. P. 28.

³⁵ Rhodes, R., Marsh, D. Ibid. – P. 9.

³⁶ Подр. см.: Сморгунов, Л.В. Электронное правительство, менеджмент знания и административные реформы // журнал «ПОЛИТЕКС» - политическая экспертиза. URL: <http://politex.info/content/view/140/40>

В-четвертых, уровень достигнутого компромисса в отношении проводимых политических курсов становится необходимым условием функционирования сетей. Создание политических сообществ становится возможными только при условии схожести (разделяемости) мнений и позиций их участников³⁷. В системе публичного управления подобный компромисс между частными и общественными ценностями, установками становится необходимой предпосылкой для формирования публичного интереса. При этом смысловое значение последнего постоянно конструируется, привносится, утверждается волей субъектов политического процесса.

В рамках governance-парадигмы концепция политических сетей обеспечивает целостность и эффективность функционирования всей системы политического управления. По совершенно справедливому замечанию В.М. Сергеева и К.В. Сергеева: «Иерархическая структура использует сетевые элементы в качестве средства стабилизации; в свою очередь, сетевая структура при определенных обстоятельствах может трансформироваться в структуру иерархическую, заменив собой рухнувшую в результате кризиса иерархию»³⁸. Взаимодействие сетевой структуры и иерархии становится источником выживания и дальнейшего совершенствования всей системы политического управления.

Обобщая содержание governance-парадигмы следует указать на ее стремление кардинально пересмотреть принципы классического административного субъект-объектного управления, переориентировать его с достижения целей на результаты и овладение динамикой этого процесса. Целевая установка совсем не обязательно порождает запрограммированный результат, они рассматриваются в качестве двух самостоятельных сущностей, составляющих содержание управленческого процесса³⁹. Основоположники концепции М. Хилл и П. Хьюр выделили несколько отличительных черт, отличающих ее от концепции нового публичного менеджмента.

Во-первых, антропоцентризм, приоритет человека как субъекта и одновременно объекта управления, что соответствует установкам

³⁷ Сморгунов, Л.В. Сравнительная политология: Учебник для вузов / Л.В. Сморгунов. СПб.: Питер, 2012. С. 94 – 109.

³⁸ Сергеев, В.М., Сергеев, К.В. Механизмы эволюции политической структуры общества: социальные иерархии и социальные сети // Политические исследования. 2003. №3. С. 12.

³⁹ Hill, M., Hupe, P. Implementing Public Policy: Governance in Theory and in Practice. London: Sage Publication, 2003. P. 98.

постмодернистской европейской науки;

Во-вторых, эффективный социальный контроль ставится в прямую зависимость от уровня социально-экономического, политического, культурного развития общества и должен полностью соответствовать его возможностям и потребностям. Контроль оценивается в качестве многоуровневого явления, предполагающего взаимный интерес и поиск компромиссов между субъектом и объектом управления. Контроль одних субъектов управления над другими в governance-концепции предполагает признание автономности последних⁴⁰;

В-третьих, governance-концепция акцентирует внимание на раскрытии потенциала субъект-объектного взаимодействия. Согласно концепции М. Хилла и П. Хьюра: «Сущность governance в сконцентрированности влияния на управленческих механизмах, субсидиях, контрактах, соглашениях, которые не основываются исключительно на власти и санкциях правительства»⁴¹. Привлечение к принятию политических решений различных субъектов, в том числе и отдельных общественных групп и граждан обеспечит эффективность их исполнения и высокое качество услуг, оказываемых населению органами публичной власти;

Наконец, в-четвертых, модель governance, исходит из необходимости следовать иерархии уровней управления, но при условии учета горизонтальных связей и отношений между участниками политического процесса⁴². Поэтому реализация принятых решений, управление в целом, вариативно и зависит от конкретных ситуаций, динамики их развития.

Обобщая содержание модели good governance, теории политических сетей следует указать на попытку пересмотреть принципы public administration, переориентировать политический процесс с достижения конкретных целей на результаты и овладение его динамикой. Наличие цели не обязательно порождает запрограммированный результат, они рассматриваются в качестве двух самостоятельных и необходимых элементов политического процесса⁴³. Реа-

⁴⁰ Иванчук, Н.В. Governance-парадигма: методологический и практический потенциал // Чиновникъ. uara.ru. №1'08 (53). №6'07 (52).

⁴¹ Hill M., Hupe P. Ibid. P. 15.

⁴² Hill M., Hupe P. Ibid.

⁴³ Hill, M., Hupe, P. Implementing Public Policy: Governance in Theory and in Practice. London: Sage Publication, 2003. P. 98.

лизация данной задачи ставится в прямую зависимость от множественности уровней политической власти, способствующих включению вертикальных связей в координационное взаимодействие с горизонтальными коммуникациями. Выделяются три основных уровня политической власти: общественный, групповой и индивидуальный⁴⁴. Общественный (социентальный⁴⁵) уровень предполагает активное вовлечение индивидуальных и коллективных субъектов в политический процесс, в том числе, в разработку и принятие ключевых политических решений. Отказ политической власти от учета общественного мнения, выраженного как посредством формальных, так и неформальных каналов коммуникации, приводит к неизбежному кризису существующей политической системы.

Параллельно с вертикальным разделением политического пространства на уровни публичной власти признается наличие «слоев» (layers), позволяющих отказаться от противопоставления субъекта и объекта в процессе реализации политической воли. Индивидуальные и коллективные субъекты становятся равноправными участниками политического процесса, что создает необходимые условия для развития форм их самоорганизации, объединения усилий по консолидации общественного мнения и в дальнейшем общественного интереса, составляющих основное содержание процесса реализации публичной власти.

Современная прикладная модель организации и осуществления публичной власти (политические сети) предложила новый подход к оценке содержания и направленности процесса взаимодействия государства и гражданского общества, с достижения компромисса их интересов и потребностей на поиск консенсуса посредством переговорной активности всех субъектов политического процесса. Сотрудничество автономных субъектов политического процесса, реализуемое посредством горизонтальной их интеграции и координации должно было разрешить противоречия между государственными, общественными и индивидуальными интересами, способствовать выработке единого публичного интереса. Способность публичной власти согласовывать разнонаправленные интере-

⁴⁴ Hill, M., Hupe, P. Ibid. P. 22.

⁴⁵ Под социентальным уровнем политической власти мы понимаем сферу политической активности индивидуальных и коллективных субъектов политического процесса, отражающую общественные потребности и интересы.

сы, создавать условия для создания сетевых структур, достигать коммуникативного паритета между всеми участниками становится необходимым условием её поддержки со стороны гражданского общества. Последнее, в свою очередь, получает возможность использовать имеющиеся реактивные механизмы (партисипаторную демократию, формы общественной консолидации и иные проявления процесса самоорганизации) для формулировки и выражения собственных требований (поддержки) в отношении политической власти и её институтов. Наличие консолидированного общественного мнения становится необходимым условием легитимации принимаемых политических решений и фактором, определяющим процесс формирования гражданского общества.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

РОЛЬ КРАУДФАНДИНГА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ОБЩЕСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Грахов А. А.

Омская гуманитарная академия

Краудфайдинг, являясь эффективным инструментом совершенствования финансирования и активизации инновационной деятельности регионов и страны, имея в России особую социальную значимость, в полной мере пока не раскрыл свой потенциал как инструмент реализации отечественных коммерческих инновационных проектов. Владимир Путин еще в конце 2012 года предложил Агентству стратегических инициатив (АСИ) учредить специальный фонд, «через который будут отбирать и финансировать инициативы в Интернете, имеющие высокую социальную ценность» [1]. Развитие понятия «краудфандинг» представлено Таблице 1.

Актуальна и тема определения моделей краудфандинга. В зависимости от пожертвования денег, по мнению А.А. Белова существуют 3 модели краудфандинга: 1. Модель пожертвования; 2. Модель кредитования; 3. Инвестиционная модель [7].

Согласно портала крауд - сервисов, краудфандинг можно подразделить по цели и виду [8]:

по цели проекта - бизнес проект, креативный, политический, социальный;

по виду вознаграждения для спонсоров – без вознаграждения (краудинвестинг).

Финансовое вознаграждение (краудинвестинг) – составная часть краудфандинга, основной характеристикой которого является наличие финансового вознаграждения, получаемого инвестором в обмен на поддержку (см. Таблицу 2) [9].

Можно сделать вывод, что наработанный опыт бизнеса применим в государственном управлении (например, в сфере оказания государственных услуг), хотя в настоящее время российские крауд - платформы по объему, разнообразию и реализованности пока не

могут сравниться с западными аналогами, поскольку доля предпринимательских и изобретательских инициатив невелика, основной сбор средств имеет творческую направленность, а процент их успешности уступает западным аналогам около 20%.

Проблема. В настоящее время краудфандинг не ограничен отдельно взятым проектом конкретной личности, а применим к коллективным и научным направлениям, практическим проектам технических и интеллектуальных инноваций. **Тема краудфандинга в России** набирает обороты развития и признания, становясь все более привлекательной ввиду преодоления барьеров недоверия. Первый успешный современный опыт применения краудфандинга в акциях и общие проблемы крауд-рынка, представлены в Таблице 3.

Технологии краудфандинга. Со временем суть краудфандинга изменилась и сегодня он представляет собой инвестирование в перспективные стартапы. **Стартап-компаний** (от англ. start-up – «запуск» + company – «компания») [11] представляет создание новой структуры в начальный период своего развития с целью реализации перспективной идеи и получения достойной прибыли, практика создания которого подтверждает недостаток возможностей и средств для преодоления высоких издержек и конкуренций. Примеры стартапов в России и США приведены в Таблице 4.

Перспективы краудфандинга как финансовой модели, определяющей качество жизни населения страны, оптимистичны:

1. Общее состояние и безопасность нестабильности экономики являются залогом развития краудфандинговых площадок ввиду обесценивания национальной валюты и ухода инвесторов (местных и иностранных), вкладывающих деньги в локальные проекты.

2. *Потенциал* краудфандинга как альтернативной формы финансирования ранних стадий бизнес-проектов позволит решать социальные задачи. *Ключевые преимущества* и цели краудфандинга созвучны государственным задачам - демократизация процесса поддержки и генерирования дополнительного дохода, в том числе государственного; поддержка инновационных решений и стартапов как создание базы успешных и талантливых руководителей; создание эффективного и прозрачного механизма для народного финансирования перспективных проектов развития страны.

4. Поскольку *качество жизни* обусловлено условиями жизни, отражающими взаимосвязанные процессы элементов внешних и внутренних факторов его развития в масштабе страны, внутренняя

политика государства, как и система распределения денежных доходов, внешних инвестиций, межрегиональных связей и коммуникаций, отношений на уровне государства, *краудфандинг* оказывает влияние на систему качества жизни и государства в целом.

5. *Изменения, благодаря краудфандингу, общей системы синтеза культурных, национальных черт и характера развития социальных институтов* в определенных условиях определяют качество жизни населения, реагируя и опираясь на собственные человеческие, экономические, социальные ресурсы.

6. *Взаимовлияние государства на уровень и качество жизни, его экономику*, влекут изменения в целостной системе и условиях развития ее подсистем, трансформирующие общие показатели влияния на каждый компонент системы качества жизни (например, изменение занятости и рынка труда влечет изменения в уровне доходов, потребления благами и услугами, удовлетворенности).

Влияние внутренних и внешних факторов развития страны и качества уровня жизни населения имеет позитивные и негативные, прямые и косвенные последствия, на базе взаимодействия которых могут образоваться социальная инфраструктура, производственно-экономические структуры и отношения, определяющие дальнейшее развитие всей государственной системы, уровень доходов населения, основу социальной дифференциации, политико- управленческие особенности функционирования страны.

Технологии, условия развития и характеристики краудфандинга Секретарь Общественной палаты России Александр Бречалов, на общероссийском форуме «Государство и гражданское общество: сотрудничество во имя развития» предложил наравне с государственным грантами использовать *механизмы краудфандинга* для финансирования НКО [14].

Одна из возможных правовых схем для упрощения доступа инвесторов к стартапам, с 1 июля 2014 г., после вступления в силу изменений в Федеральный закон от 22.04.1996 № 39 – ФЗ «О рынке ценных бумаг», касается правового статуса специализированных обществ проектного финансирования, аналога Special Purpose (SPV), формы, к которой смогут получить доступ долгосрочные (на срок не менее 3 лет) инвестиционные проекты с осуществлением эмиссии облигаций, в дальнейшем приобретаемые физическими лицами при выполнении ужесточенных требований российского законодательства об онлайн- платежах.

В рамках IV социального форума России, в 2014 году состоялся *круглый стол «Крауд-технологии как способ реализации социальных проектов: панacea или утопия»*, на котором предприниматели и представители краудфандинговых платформ и благотворительных фондов определяли формы развития заинтересованности в финансировании проектов, определяющие эффективность краудфандинг-проектов как социальных.

Таким образом, **краудфандинг в России, будучи инновационным инструментом инвестирования, должен принять правовую форму коллективных инвестиций** с последующим вознаграждением, создав единый информационно-расчетный портал на основе маркетинговых механизмов по привлечению госфинансирования. Предпосылками развития краудфандинга в России явились технологический прорыв в ИТ, активное развитие социальных сетей, поиск альтернативных путей финансирования проектов, инвестирование средств в данные разработки с учетом механизма достижения общей цели повышения качества жизни населения.

Библиографический список

1. Путин предложил создать фонд для интернет-проектов «креативного класса» / Финансово-экономический журнал «Forbes». - 1012/ режим доступа: <http://www.forbes.ru/news/218841-putin-predlozhit-sozdat-fond-dlya-inansirovaniya-znachimyh-internet-proektov>
2. Котенко Д.А. Краудфандинг - инновационный инструмент инвестирования / режим доступа: http://arbitr.ru/_upimg/1B926D08CF5F8FE1E1CD14123B27C620_140-141.pdf
3. Что такое краудфандинг? Портал крауд-сервисов/ режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding
4. Церковный вестник «Русская православная церковь» от 28 октября 2014 г. / режим доступа: http://e-vestnik.ru/news/kraud-tehnologiy_v_rossii_8395/
5. Crowdfunding рынок достигнет \$ 34,4 млрд в 2015 году. Статья на портале крауд-сервисов./ режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/massolution_s_crowdfunding_industry_report_v_2015_godu_obem_kraudfanding_ovogo_rynka_dostignet
6. Объем рынка краудфинансов в России составил 640-700 млн руб. за 2014 г. Журнал «Плас» от 22 Января 2015./ режим доступа: <http://www.plusworld.ru/daily/obem-rinka-kraudfinansov-v-rossii-sostavil-640-700-mln-rub-za-2014-g/>
7. Белов А.А. Новые модели венчурного финансирования: особенности краудфандинга в России и мире. – Национальный исследовательский универ-

ситет – Высшая школа экономики» Нижний Новгород, Россия / Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/15668.pdf>

8. Портал крайт-сервисов / Что такое краудфандинг? – 2015 / Режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding

9. Ликбез по краудинвестингу - что это, как этим пользоваться, и как он развивается./ режим доступа: <http://therunet.com/news/1922-kr> - TheRunet. Краудинвестинг как самый перспективный вид народного финансирования

10. Свободная энциклопедия «Википедия»/ режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B4%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3>

11. Свободная энциклопедия «Википедия»/ режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF>

12. Универсальный англо-русский словарь. Академик. Универсальный англо-русский словарь./ режим доступа: http://universal_en_ru.academic.ru/1574357/matching_funds

13. Стань виноделом. - Социальная сеть Facebook/ режим доступа: <https://www.facebook.com/bewinemaker/>

14. Общественная плата Российской федерации./ режим доступа: <https://www.oprf.ru/ru/press/news/2015/newsitem/27711>

АКТУАЛЬНЫЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Ермолина Н.И.*, Сергиенко О.В.**

**Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
Омский филиал, ** Омская гуманитарная академия*

В современном менеджменте все большее внимание уделяется психологическим аспектам управления. Именно в них кроется резерв экономии расходов и повышения общей результативности работы организации. Психология управленческой деятельности включает много направлений. Наименее изученным, а потому, и мало востребованным является организационная культура. Ее исследование и эффективное практическое применение является актуальной проблемой психологии управления в современном менеджменте.

Рассмотрение организаций как сообществ, имеющих общее понимание своих целей, значения и места, своих ценностей и поведе-

ния, вызвало к жизни понятие организационной культуры. Культура придает смысл многим нашим поступкам. Поэтому менять что-либо в жизни людей можно, лишь учитывая это значительное явление.

Культура формируется годами и десятилетиями. И многие нововведения не приживаются только потому, что противоречат освоенным людьми культурным нормам и ценностям.

В современном предпринимательстве организационная культура рассматривается как система общественно прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости работников между собой и с организацией, перспектив развития. В каждой организации она имеет свое конкретное содержание и выражение.

По отношению к организации культура выполняет такие важные функции, как познавательная, ценностеобразующая, коммуникационная, нормативно-регулирующая, мотивирующая, инновационная, стабилизационная.

В современном предпринимательстве организационная культура рассматривается как система общественно прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости работников между собой и с организацией, перспектив развития. В каждой организации она имеет свое конкретное содержание и выражение.

Организационная культура – один из важнейших факторов психологических аспектов эффективного руководства организации в современных условиях. Знание руководителем основных аспектов организационной культуры на предприятии может сделать любой производственный процесс более эффективным и продуктивным при минимальных экономических затратах.

Организационная культура включает следующие компоненты:
- мировоззрение — представления об окружающем мире, при-

роде человека и общества, направляющие поведение членов организации и определяющие характер их отношений с другими сотрудниками, клиентами, конкурентами и т.д. Мировоззрение тесно связано с особенностями социализации индивида, его этнической культурой и религиозными представлениями. Значительные различия в мировоззрениях работников серьезно затрудняют их сотрудничество. В этом случае имеется почва для значительных внутриорганизационных противоречий и конфликтов. При этом очень важно понимать, что кардинально изменить мировосприятие людей очень сложно, и требуются значительные усилия, чтобы достичь некоторого взаимопонимания и принятия позиций лиц с иными мировоззрениями;

- организационные ценности, т.е. предметы и явления организационной жизни, существенно важные, значимые для духовной жизни работников. Ценности выступают связующим звеном между культурой организации и духовным миром личности, между ее организационным и индивидуальным бытием. Личностные ценности отражаются в сознании в виде ценностных ориентаций, которые включают в себя также широкий круг социальных ценностей, признаваемых личностью, но не всегда принимаемых ею в качестве собственных целей и принципов;

- стили поведения, характеризующие работников конкретной организации. Сюда также относятся специфические ритуалы и церемонии, язык, используемый при общении, а также символы, которые обладают особым смыслом именно для членов данной организации. Важным элементом может стать какой-либо персонаж, обладающий характеристиками, в высшей степени ценными для данной культуры и служащий ролевой моделью поведения для сотрудников. Поведение сотрудников успешно корректируется разнообразными тренингами и мерами контроля, но только в том случае, если новые образцы поведения не вступают в противоречие с вышеописанными компонентами организационной культуры;

- нормы - совокупность формальных и неформальных требований, предъявляемых организацией по отношению к своим сотрудникам. Они могут быть универсальными и частными, императивными и ориентировочными, и направлены на сохранение и развитие структуры и функций организации. К нормам относятся так называемые правила игры, которые новичок должен освоить в процессе становления членом организации;

- психологический климат в организации, с которым сталкивается человек при взаимодействии с ее сотрудниками. Психологический климат представляет собой преобладающую и относительно устойчивую духовную атмосферу, определяющую отношения членов коллектива друг к другу и к труду.

Ни один из этих компонентов в отдельности не может быть отождествлен с культурой организации. Однако в совокупности они могут дать довольно полное представление об организационной культуре.

Многие компоненты культуры трудно обнаружить постороннему человеку. Можно несколько недель провести в организации, но так и не понять основных положений культуры, управляющих поступками людей. Каждый сотрудник, приходя в организацию, проходит через определенную процедуру организационной социализации, в ходе которой он месяц за месяцем постигает все мельчайшие нюансы, которые в совокупности и образуют организационную культуру.

На формирование организационной культуры, ее содержания и отдельных параметров влияет ряд факторов внешнего и внутреннего окружения. Формирование в организации определенной культуры связано со спецификой отрасли, в которой она действует, со скоростью технологических и других изменений, с особенностями рынка, потребителей и т.п.

Определяющее влияние на организационную культуру оказывают действия высших руководителей. Их поведение, провозглашенные ими лозунги и нормы, а главное — организационные ресурсы, направленные на их реализацию и утверждение в сознании членов организации, становятся важнейшими ориентирами поведения работников, которые нередко служат более важным фактором организации поведения, чем формализованные правила и требования.

При всей важности организационной культуры для эффективного функционирования предприятия, её изучение, измерение и оценка представляют значительную сложность. Содержание организационной культуры определяется не простой суммой ожиданий и реального положения вещей по каждой характеристике, а тем, как они связаны между собой и как они формируют профили определенных культур.

Формирование в организации определенной культуры связано

со спецификой отрасли, в которой она действует, со скоростью технологических и других изменений, с особенностями рынка, потребителей и т.п. Известно, что компаниям отраслей "высокой технологии" присуще наличие культуры, содержащей "инновационные" ценности и веру "в изменения". Однако эта черта может по-разному проявляться в компаниях одной и той же отрасли в зависимости от национальной культуры, в рамках которой организация функционирует.

"Глубина" организационной культуры определяется количеством и устойчивостью важнейших убеждений, разделяемых работниками.

Культуры со многими уровнями убеждений и ценностей имеют сильное "влияние на поведение в организации. В некоторых культурах разделяемые убеждения, верования и ценности четко ранжированы. Их относительная важность и взаимосвязь не уменьшают роли каждой из них. В других культурах относительные приоритеты и связи между разделяемыми ценностями носят размытый характер. Четкая приоритетность убеждений оказывает больший эффект на поведение людей, так как они твердо знают, какая ценность должна преобладать в случае ценностного конфликта.

Роль и место организационной культуры в структуре современного менеджмента реализуется через следующее:

1. Декларируемые руководителем организации лозунги, включающие миссию, цели, правила и принципы организации, определяющие ее отношение к своим членам и обществу.

2. Ролевое моделирование, выражающееся в ежедневном поведении руководителей, их отношении и общении с подчиненными. Лично демонстрируя подчиненным поведенческие нормы и концентрируя их внимание на этом поведении, например, на определенном отношении к клиентам или умении слушать других, руководитель (управленец, менеджер) помогает формировать определенные аспекты организационной культуры.

3. Внешние символы, включающие систему поощрения, статусные символы, критерии, лежащие в основе кадровых решений. Культура в организации может проявляться через систему наград и привилегий. Последние обычно привязаны к определенным образцам поведения и, таким образом, расставляют для работников приоритеты и указывают на ценности, имеющие большее значение для отдельных менеджеров и организации в целом. В этом же направ-

лении работает система статусных позиций в организации. Так, распределение привилегий (хороший кабинет, секретарь, автомобиль и т.п.) указывает на роли и поведение, более ценимые организацией.

4. Истории, легенды, мифы и обряды, связанные с возникновением организации, ее основателями или выдающимися членами. Многие верования и ценности, лежащие в основе культуры организации, выражаются не только через легенды и мифы, становящиеся частью организационного фольклора, но и через различные ритуалы, обряды, традиции и церемонии.

К обрядам относятся стандартные и повторяющиеся мероприятия коллектива, проводимые в установленное время и по специальному поводу для оказания влияния на поведение и понимание работниками организационного окружения. Ритуалы представляют собой систему обрядов; даже определенные управленческие решения могут становиться организационными обрядами, которые работники интерпретируют как часть организационной культуры. Такие обряды выступают как организованные и спланированные действия, имеющие важное "культурное" значение.

5. Что (какие задачи, функции, показатели и т.д.) является предметом постоянного внимания менеджмента. То, на что руководитель обращает свое непосредственное внимание и что он комментирует, очень важно для формирования организационной культуры. Это один из наиболее сильных методов поддержания культуры в организации, так как своими повторяющимися действиями менеджер дает знать работникам, что является важным и что ожидается от них.

6. Поведение высшего руководства в кризисных ситуациях. В данных ситуациях менеджеры и их подчиненные раскрывают для себя организационную культуру в такой степени, в которой они себе ее и не

представляли. Глубина и размах кризиса могут потребовать от организации либо усиления существующей культуры, либо введения новых ценностей и норм, меняющих ее в определенной мере.

7. Кадровая политика организации. Кадровая политика, включающая принятие на работу, продвижение и увольнение работников является одним из основных способов поддержания культуры в организации. На основе каких принципов руководство регулирует весь кадровый процесс, сразу становится видно по движению со-

трудников внутри организации. При этом используемые в корпоративном управлении организацией критерии кадровых решений могут помочь, а могут и помешать укреплению существующей в организации культуры. Важную роль в контексте корпоративной культуры в системе современного корпоративного управления играют критерии для поощрений и должностного роста. Постоянная демонстрация того, что организация неизменно связывает поощрения и должностной рост работников с их усердием и эффективностью, может иметь огромное значение для формирования поведения сотрудников.

Некоторые исследователи считают именно систему поощрений и наказаний самой важной в формировании организационной культуры.

В заключение следует сказать, что в структуре современного менеджмента организационная культура является важным, а порой и решающим фактором психологических аспектов управления трудовым коллективом.

Знание и грамотное использование ее компонентов делает процесс управления стабильным, перспективным и процветающим.

АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА

Конюкова О. Г.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации" Омский филиал

Потребность ликвидности баланса возникает в современных условиях рынка в связи с усилением финансовых ограничений и необходимостью оценки кредитоспособности организации. Сам термин "ликвидность" происходит от латинского слова *liquidus* - жидкий, текучий. В данном случае имеется в виду мобильность активов организации, их способность "перетекать" из натурально-вещественной формы в денежную, превращаться из дебиторской задолженности в наличность, обеспечивая организацию денежными ресурсами.

В.И. Бариленко под ликвидностью баланса понимает степень покрытия различных видов обязательств предприятия (пассивов

баланса) его активами, срок превращения которых в деньги соответствует срокам погашения текущих обязательств [2].

В.Г. Артёменко определяет ликвидность баланса как степень покрытия обязательств организации активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств [1].

По мнению Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой и И.И. Мазуровой ликвидность баланса - это ее способность покрывать свои обязательства активами, срок превращения которых из иной формы в денежную соответствует сроку погашения обязательств [3].

Т.И. Григорьева в своих научных трудах дает определение ликвидности компании - это наличие у нее оборотных (текущих) активов в размере, достаточном для погашения текущих обязательств [4].

Ликвидность баланса - это соотношение реализуемости актива с погашаемостью пассива, иными словами способность обязательств погашаться вследствие оплаты.

Приведем сравнение методик анализа структуры бухгалтерского баланса различных авторов (Таблица 1).

Статьи актива и пассива баланса по степени ликвидности условно делят на четыре группы: 1) Активы: А1, А2, А3, А4; 2) Пассивы: П1, П2, П3, П4.

Данная группировка, как мы уже увидели из таблицы 1, у многих авторов разная, она зависит от условий хозяйствования организации, сферы деятельности, отнесением тех или иных статей к разным группам, а также соотношением текущих активов и текущих обязательств.

М.Г. Лещева в своих научных трудах выделяет пять групп активов, которые по ее мнению считаются наиболее и наименее ликвидными. Активы группируются по степени убывания ликвидности с разделением на следующие группы (Таблица 1)

При анализе хозяйственной деятельности предприятия, при проведении финансового анализа, для оценки финансовой устойчивости и риска банкротства проводят анализ ликвидности бухгалтерского баланса. Проблема объективной оценки ликвидности организации и оценки степени вероятности наступления возможного банкротства по данным бухгалтерской отчетности не является новой. Решением этой проблемы в различные годы и по настоящее время занимаются как зарубежные, так и отечественные экономисты - С.Б. Барнгольц, В.Ф. Паляя, М.И. Баканова, А.Д. Шеремета, Е.В. Негашева, В.В. Ковалева, И.Т. Балабанова, Р.С. Сайфуллина, Г.В. Савицкая, Э.А. Уткина и др.

Таблица 1

Активы баланса

Группа актива	Формула расчета по бухгалтерскому балансу (ф. №1)	Характеристика актива
A1	Стр. 1250 + Стр. 1240	Наиболее ликвидные активы
A2	Стр. 1230 (краткосрочная) + Стр. 1260 + Готовая продукция + Товары отгруженные	Быстрореализуемые активы
A3	Стр. 1200 - Готовая продукция - Товары отгруженные + Стр. 1210 + Незавершенное производство	Медленно реализуемые активы
A4	Стр. 1150 + Стр. 1130 + Стр. 1170 + Незавершенное строительство	Труднореализуемые активы
A5	Стр. 1230 ("Безнадежная") + Расходы буд. периодов + "Неходовое" материальные ценности + "Залежалые" материальные ценности	Неликвидные активы

Пассивы М.Г. Лещева распределяет по степени срочности погашения обязательств (Таблица 2)

Таблица 2

Пассивы баланса

Группа пассива	Формула расчета по бухгалтерскому балансу (ф. №1)	Характеристика пассива
П1	Стр. 1520 + Стр. 1550	Наиболее краткосрочные обязательства
П2	Стр. 1510	Среднесрочные обязательства
П3	Стр. 1410	Долгосрочные пассивы
П4	Стр. 1300	Постоянные пассивы
П5	Стр. 1530	-

Баланс организации является абсолютно ликвидным, если одновременно выполняется соотношение (Таблица 3)

Таблица 3

Основные балансовые пропорции

Для четырех групп (на основании авторов из табл. 2)	Для пяти групп (по данным М.Г. Лещевой)
$A1 \geq П1$	$A1 > П1$
$A2 \geq П2$	$A2 > П2$
$A3 \geq П3$	$A3 > П3$
$A4 \leq П4$	$A4 < П4$
-	$A5 < П5$

Библиографический список

1. Артемёнок В.Г., Анисимова Н.В.: Экономический анализ: Учебное пособие / Артемёнок В.Г., Анисимова Н.В. - М.: КНОРУС, 2014. - 198 с.
2. Бариленко В.И.: Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие / Бариленко В.И. - 4 - е изд., перераб. - М. КНОРУС, 2014. - 34 с.
3. Войтоловский Н.В., Калинина А.П., Мазурова И.И.: Экономический анализ: Учебник для бакалавров / Войтоловский Н.В., Калинина А.П., Мазурова И.И. - 4 - е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2013.- 414 с.
4. Григорьева Т.И.: Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник для магистров / Григорьева Т.И. - 2 - е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2013. - 84 с.
5. Савицкая Г.В.: Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. - 6-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 284 с.
6. Патласов О.Ю., Сергиенко О.В.: Антикризисное управление: Учебник, 2009
7. Ушвицкий Л.И., А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева.: Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Ушвицкий Л.И., А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева. - М. 2011. - 532 с

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Лукина Т. С.

Омская гуманитарная академия

Проблемы устойчивого развития территорий в последние десятилетия становятся все более актуальными. Данные проблемы многоаспектны и исследуются учеными разных направлений: экономистами, социологами, экологами, философами и др. Единым в разных подходах исследователей является способность территории функционировать и развиваться на основе собственных ресурсных возможностей.

Сельские территории, занимающие две трети площади страны на общем фоне проблем социально- экономического развития являются наиболее слабым звеном. Кризисное состояние в сельской местности сопряжено с такими системными проблемами как: падение сельскохозяйственного производства и дестабилизация агропромышленного комплекса, снижение жизненного уровня сельско-

го населения, усиление урбанизации, падение престижности сельскохозяйственного труда, отток кадров, низкая эффективность работы органов местного самоуправления.

Эффективность государственного регулирования развития сельских территорий прямо обусловлена рациональным сочетанием мер, принимаемых на федеральном и региональном уровнях, в 2010 г. была утверждена Концепция устойчивого развития сельских территорий, в которой были определены ключевые цели государственной политики в области обеспечения устойчивого развития сельских территорий и инструменты их достижения. Набор средств, реализующих государственное воздействие на сельское развитие в настоящее время достаточно обширен, но они разрозненны, не приведены в систему, не носят стимулирующего характера к саморазвитию. В целом имеет место межведомственная разобщенность в регулировании развития сельских территорий, бюрократическая волокита, а также, зачастую возникающее дублирование функций и полномочий различными министерствами и ведомствами в процессе функционирования организационной иерархии. Столь негативные аспекты затрудняют реализацию мер государственного воздействия, что снижает их эффективность.

В статье предпринята попытка применения маркетингового инструментария в управлении развитием сельских территорий.

В международных, национальных, региональных, программных документах термин «устойчивое развитие» используется достаточно часто. Существует множество (более сотни) определений устойчивого развития:

– это такое развитие, которое обеспечивает реальное улучшение качества жизни людей и в то же самое время сохраняет природное разнообразие Земли [1];

– это такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [2, с. 50];

– по законодательству РФ – это повышение уровня и качества жизни населения на основе научно-технического прогресса, динамичного развития экономики и социальной сферы при сохранении воспроизводственного потенциала природного комплекса страны как части биосферы Земли, а также технологического потенциала в интересах нынешнего и будущих поколений [3];

– по А.Д. Урсул под устойчивым развитием понимается управ-

ляемое развитие общества, не разрушающего своей природной основы и обеспечивающее выживание и непрерывное развитие цивилизации [4].

Устойчивое развитие территории (организации, общества) – это не только цель, а скорее процесс, в котором изменения согласуются как с нынешними, так и с будущими потребностями.

Цель устойчивого развития это процесс изменений, в котором рациональное использование имеющихся ресурсов, движение инвестиций, структурная перестройка, способствуют повышению текущего и будущего потенциала.

Маркетинговое управление рассматривается в качестве инструмента развития территории и представляет сложный, динамичный и многоплановый процесс, включающий оценку, интуитивное предвидение, разработку возможных сценариев с учетом существующих параметров сельской системы. Признаком маркетингового управления выступает необходимость обоснованного формирования видения будущего - миссии сельской территории, создание механизмов своевременного выявления проблем, обозначение основных факторов конкурентоспособности в сферах общественной жизни, реализация организационного делегирования задач и функций стратегического и тактического маркетингового управления районным муниципалитетом на уровень поселений, эффективное развитие организационной культуры систем муниципального управления.

В стратегических документах территориального развития должны отражаться проблемы сельской местности, сгруппированные по основным классификационным группам. Операции по классификации проблем развития территории состоит в своде их в группы, характеризующиеся каким-либо структурным признаком. В качестве таких признаков могут выступать направления развития. Смысл операции обобщения заключается в выявлении повторяющихся в разных классификационных группах проблем, формировании на этой базе проблем общего характера, имеющих существенное значение для устранения структурных деформаций и несоответствий в различных сферах жизнедеятельности сельских территорий [5].

Мониторить проблемы сельского развития, которые оказывают наиболее существенное влияние и препятствуют устойчивому развитию, предлагаем следующим образом (табл. 1, 2):

Таблица 1

Качественная оценка и ранжирование проблем
развития территории

Проблемы	Влияние на			Глубина проблемной ситуации ($X_{глуб}$)	Динамика проблемной ситуации ($X_{дин}$)	Общее количество баллов, рассчитанное по формуле (1) (P_i)
	социальную сферу ($X_{соц}$)	экономическую сферу ($X_{эконом}$)	Экологическую сферу ($X_{эколог}$)			
Демографическая						
Жилищная						
Отсутствие рабочих мест						
...						

Таблица 2

Шкала бальных оценок, выставляемых по критериальным свойствам ранжирования проблем развития сельских территорий

$X_{соц}, X_{эконом}, X_{эколог}$		$X_{глуб}$		$X_{дин}$	
Количество баллов	Характеристика состояния	Количество баллов	Характеристика состояния	Количество баллов	Характеристика состояния
0	Не оказывает влияния	10	незначительная	10	тенденция к разрешению проблемы
10	Оказывает слабое влияние				
20	Влияет	20	умеренная	20	стагнация
30	Оказывает сильное влияние				
40	Является основой состояния всей сферы	30	кризисная	30	углубление проблемной ситуации

Перед определением итоговой бальной оценки значимости проблемы, необходимо определить весомость каждого критериального свойства при помощи весового коэффициента, формула:

$$P_i = X_{соц} + X_{эконом} + X_{эколог} * 0,8 + X_{глуб} * 0,8 + X_{дин}$$

где P_i – общее количество баллов i -й проблемы; $X_{соц}$ – количество баллов, отражающих влияние проблемы на социальную сферу; $X_{эконом}$ – количество баллов, отражающих влияние проблемы на экономическую сферу; $X_{эколог}$ – количество баллов, отражающих влияние проблемы на экологическую сферу; $X_{глуб}$ – количество баллов, отражающих глубину проблемной ситуации.

На основе итогового количества баллов составляется рейтинг проблем по необходимости их первоочередного решения и вынесения в качестве стратегических целей маркетингового управления развитием сельских территорий. При этом надо иметь в виду, что приведённые в форме классификаторы проблем, перечень критериальных свойств, шкала бальной оценки и весовые коэффициенты, отобранные для экспертной оценки, не являются единственно возможными. Они могут быть дополнены и видоизменены в зависимости от конкретных задач исследования [6].

Среди инструментов маркетингового территориального анализа – методы, традиционные для маркетинг-менеджмента: SWOT-анализ, матрица Ансоффа, матрица Мак-Кинзи, матрица Абеля, бостонская матрица, PEST-анализ, XYZ-анализ, ABC-анализ и др.

Таблица 3

Анализ сильных и слабых сторон территории в русле SWOT-анализа

Составляющие внутренней среды	Эффективность составляющих внутренней среды					Важность (вес)		
	Очень сильная	Сильная	Нейтральная	Слабая	Очень слабая	Высокая	Средняя	Низкая
Маркетинг								
Финансы								
Природные ресурсы								
Наука и образование								
Инфраструктура								
Управление								
Население								

Анализ внешней среды территории, ее возможностей и угроз происходит с применением соответствующих матриц, по проблематике и критериям, адекватным внешней среде территории соответствующего уровня.

Таблица 4

Парадигмы территориального маркетинга

Концептуальный подход	Содержание подхода
Товарная концепция (по Ф. Котлеру)	в качестве инструмента управления сферой распределения в части создания условий для эффективного удовлетворения общественных потребностей, рыночного спроса
Функциональный подход (по Ф. Котлеру)	рассматривает в качестве приоритетных функции хозяйствующих субъектов, связанных с осуществлением сбыта и снабжением, т. е. обеспечением спроса.
Рыночный подход (по Ф. Котлеру)	предусматривает рыночную конкурентную ориентацию субъектов хозяйственной системы: все их функции имеют рыночную направленность, которая подкрепляется платежеспособностью конечных потребителей.
Управленческий подход (по Ф. Котлеру)	описывается как эффективный инструмент регионального маркетинга, предполагающий применения маркетинговых средств при принятии решений
Системный подход (по А.П. Панкрухи-ну)	базируется на теории систем и рассматривает маркетинг в качестве подсистемы предпринимательской и экономической систем, предполагает разработку единого механизма управления движением ценностей в социально-экономической системе, включающего организационную инфраструктуру, экономические взаимоотношения отдельных элементов системы, информационную основу и определенную последовательность принятия решений.
Холистический подход (по Ф. Котлеру)	основан на планировании, разработке и внедрении маркетинговых программ, процессов и мероприятий с учётом их широты и взаимозависимости. Признаёт, что в маркетинговом деле важно всё и что зачастую бывает необходим расширенный, интегрированный подход, включает в себя четыре компонента: маркетинг взаимоотношений, интегрированный маркетинг, внутренний маркетинг и социально ответственный маркетинг. Это подход, в котором делается попытка признать и сбалансировать различные компетенции и сложности маркетинговой деятельности.
Социально-этнический подход	Базируется на не экономических общественных потребностях (экология, культура и т. д.)

Маркетинговое управление позволяет идентифицировать объект управления –территорию, с конкретизацией уровня управленческого воздействия (региональный, муниципальный) и образа жизнедеятельности социума, позволяет выявить специфику рассматри-

ваемого объекта управления, обозначить круг задач и способы их решения. Таким образом, маркетинговое управление развитием территории рассматривается как инновационный подход к муниципальному управлению, позиционируемый в парадигме маркетинговой концепции в следующих направлениях [7] [Табл.4]

Использование маркетингового инструментария долгосрочного и краткосрочного планирования, в том числе разработка стратегических сценариев; оперативных решений, направленных на формирование позитивного имиджа сельской территории, развитие инфраструктуры, общественных отношений и сглаживание разнонаправленных интересов целевых групп; рекомендации по реализации организационных проектов маркетингового управления развитием, обеспечивающих формирование конкурентных преимуществ сельских территорий, повышение их адаптационных возможностей в условиях обострения межрегиональной конкуренции; способствует относительной стабилизации миграционных процессов, обеспечивает повышение уровня включенности сельских территорий в систему государственных федеральных и региональных социально-экономических проектов и программ развития производственной и социальной инфраструктуры сельских территорий на основе освоения их администрациями стратегий и технологий позиционирования в системе распределения средств бюджетной поддержки.

Организационное обеспечение предполагает создание необходимых структур, осуществляющих действия по планированию, реализации и контролю за достижением целей маркетингового управления развитием сельской территорией. Маркетинговое управление развитием территорий (МУРТ) должны быть созданы в районных и поселковых муниципалитетах. Эффективное выстраивание маркетинговых коммуникаций позволит активизировать человеческий потенциал, проживающий на сельских территориях, формировать установку на социальную активность и мобильность сельского населения, что обеспечить результативное местное самоуправление. Важную роль в этой области должны играть структуры поддержки, помогающие в распространении информации, разработке проектов, подготовке заявок на получение грантов, обеспечивающие обратную связь. При консолидации усилий государственной и муниципальной власти маркетинговое управление сельскими территориями способно преодолеть депрессивное состояние и обеспечить развитие сельских муниципалитетов (Рис.1).

В виду слабой кадровой обеспеченности сельских администраций, ведущее место должны занимать внешние консультанты. Задача внешних консультантов заключается в консультационной помощи разработчикам стратегии по вопросам мониторинга состояния сельских территорий, планирования маркетинговых подходов, выбора инструментария для реализации поставленных целей, составления прогнозов на перспективу, разработки сценариев развития сельской местности, оперативное информирование вышестоящих структур о реализации МУРТ и своевременное внесение корректировок в плановые проекты.

Таким образом, маркетинговое управление развитием сельских территорий, как инновационный подход к муниципальному управлению, акцентируясь на природно-экономические и социально-демографические условия отдельных сельских территорий и их возможностей саморазвития, с широким выбором маркетинговых инструментов является эффективным механизмом для стратегического управления развитием сельских территорий, при условии консолидации воздействия государственных и муниципальных органов власти.

Библиографический список

1. Всемирная стратегия охраны природы // Природа. – 1980. – № 12. – С. 40–41.
2. Брундтланд Г. Х. Наше общее будущее. Доклад Комиссии ООН по окружающей среде и развитию. 1987. – М.: Прогресс, 1988. – С.50.
3. Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию: Указ Президента Российской Федерации № 440 от 1 апреля 1996 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/> (дата обращения 17.-4.2014).
4. Урсул А. Д., Романович А. Л. Безопасность через устойчивое развитие. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://spkurdyumov.ru/economy/bezopasnost-cherez-ustojchivoe-razvitie/> (дата обращения 12.05.2014).
5. Гаврилов И. А., Жигалова Н. Е., Распонин С. Л. Методика стратегического выбора развития территорий: монография. – Н. Новгород: Изд-во Гладкова О.В., 2009. – С. 33
6. Коваленко Е.Г., Полушкина Т.М., Якимова О.Ю., Автайкина Е.В., Зайцева О.О., Седова К.С. Модернизация механизма устойчивого развития сельских территорий: монография.- Изд-во «Академия Естествознания», 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/247-7384>

7. Радченко В.П. Маркетинг сельских территорий в системе территориального управления [Текст] - В.П., Радченко, Москва, 2010 – С.382

ПРИМЕНЕНИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ПРОЦЕССЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ В РЕГИОН ИНВЕСТИЦИЙ

Лучко О. Н., Ериськина Е. Е., Козлов Е. В.
Омский государственный институт сервиса

Привлечение инвестиций в регион является одним из важнейших факторов его развития, поскольку направлено на увеличение экономического дохода региона и его социальное развитие. В современных условиях каждый регион должен иметь стратегию своего развития, в обязательном порядке предусматривающую систему мероприятий, направленную на привлечение в регион инвестиций. Применительно к муниципальным образованиям региона акцент, в большей степени, может быть сделан на привлечении инвестиций в сферу малого и среднего бизнеса с последующим развитием экономических систем до более высокого уровня.

В условиях информационного общества решение задачи привлечения инвесторов и последующей эффективной работы с ними невозможно без использования современных управленческих и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Одним из важнейших направлений использования ИКТ в процессе реализации стратегии муниципалитетов в части привлечения инвесторов является разработка эффективных каналов информирования потенциальных инвесторов об имеющихся в муниципальных образованиях инвестиционных предложениях, а также организация работы с инвесторами. При этом само представление объекта инвестирования должно быть выполнено с использованием современных средств и методов на основе ИКТ.

Для решения поставленной проблемы предлагается разработать геоинформационную базу данных объектов инвестирования муниципального образования, интегрированную со специально разработанной интернет-площадкой предоставления необходимой пользователю информации и обеспечения функций взаимодействия муниципалитета и потенциальных инвесторов.

Разрабатываемая информационная система состоит из следую-

щих модулей: модуль 1 – геоинформационная система объектов инвестирования муниципального образования; модуль 2 – база данных, структура и содержательное наполнение которой определяется данными, характеризующими имеющиеся объекты инвестирования; модуль 3 – интернет-площадка, обеспечивающая функции размещения информации об объектах инвестирования, обеспечения клиентов необходимой информацией, организации информационного взаимодействия клиентов и самих муниципалитетов.

При этом в создаваемой базе данных будут реализованы функции поиска необходимой клиенту информации на основе заданных признаков (например: нежилые строения, земельные участки, водоёмы и др.). Также база данных будет содержать информацию экономического характера, необходимую для оценки потенциальным инвестором «инвестиционного потенциала» описываемого объекта (наличие инфраструктуры, рабочей силы, природных ресурсов и т.д.).

Формой визуализации потенциальных объектов инвестирования во многих случаях могут быть панорамные изображения объектов инвестирования, которые позволяют более полно оценить объект потребителем.

Разрабатываемая интернет-площадка позволит автоматизировать функции размещения в создаваемой геоинформационной базе данных информации об перспективных объектах вложения инвестиций на территории муниципального образования и предоставления информации о них потенциальному потребителю.

Данный проект можно реализовать с помощью геоинформационной системы (ГИС) MapInfo. Электронная карта, созданная в ГИС MapInfo, поддерживается развитым арсеналом аналитических средств, широким спектром инструментария, предназначенного для создания и редактирования объектов, а также базами данных. При этом можно использовать специализированные устройства ввода-вывода информации и средства Интернет, а также космические снимки, информацию со спутников, изображения, полученные с помощью беспилотных летательных аппаратов. Эффективность применения ГИС MapInfo для решения задач размещения на электронной карте объектов инвестирования муниципального образования обеспечивается наличием комплекса инструментов компьютерной картографии, который позволяет осуществлять сложный географический анализ, например, проводить районирование, уста-

навливать связь с удаленными базами данных, добавлять и редактировать графические объекты, создавать тематические карты для наглядной визуализации предметной области.

Накопленные геоинформационные метаданные будут помещены в единую базу данных с выделенным отдельным сервером для обеспечения работы в Интернет с возможностью подключения к ресурсам системы управления базами данных по технологии «клиент-сервер». В качестве СУБД, обеспечивающей применение баз данных в геоинформационной системе, может быть использована MicrosoftSQL или MicrosoftAccess.

Представленная технология использования современных средств ИКТ в процессе привлечения в регион инвесторов позволит повысить эффективность данной работы и будет способствовать в случае активной поддержки самого муниципалитета его эффективной реализации.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЭКОНОМИКА

Манохина Н. В.

*Саратовский социально-экономический институт
Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова*

Степанова Т. Е.

*Самарский институт (филиал)
Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова*

Большинство современных научных исследователей не игнорирует глобальную сеть интернет, поскольку синтез и анализ имеющегося задела по избранной проблеме имеет место всегда как один из неотъемлемых общих методологических принципов. Авторы решили пойти этим путем, но полученные результаты оказались более чем скромные.

На сегодня есть, по сути, лишь одна заметная работа по данной проблематике. Это книга Чандрана Наира «Потребительская экономика. Роль Азии в перестройке капитализма и спасении планеты» [3]. Это первая работа индийского автора, являющегося в настоящее время руководителем расположенного в Гонконге азиатского Международного института проблем завтрашнего дня

(Global Institute for Tomorrow – GIFT). Однако ее содержание не синхронизируется с замыслом авторов статьи и представляется в определенной степени космополитичным, ибо само название работы не только претенциозно, но и не во всем идентифицировано содержанием. Представленный ученый рассматривает проблемы экологической безопасности всей планеты и стран Азии, в частности, предлагает пути сохранения окружающей среды и природных ресурсов за счет сокращения роста потребительской активности населения. Путь простой и понятный, но при этом сомнительный, ибо развитие страны, ее экономический рост и благосостояние населения напрямую зависят от потребления, динамики потребительского спроса.

Чандран Наир предлагает пересмотр отношения азиатских стран к капиталистическому строю, управляемому за счет потребления, и предоставляет собственную оригинальную концепцию дальнейшего экономического и политического развития этих стран. Как основной путь решения экологических проблем предлагается резкое снижение потребительской активности и передача под полный контроль государства управление природными ресурсами.

Интересна информация о том, что 31 марта 2013 г. в Москве в помещении действующего Московского Купеческого общества состоялась публичная двухчасовая лекция профессора, доктора экономических наук, составителя единственной в России и в мире авторской экономической энциклопедии и еще 50 книг, изданных в России и за рубежом, Елены Румянцевой на тему «Потребительская экономика в России: безопасность здоровья при ограничении потребления товаров, вредных для здоровья».

Итак, представим собственное определение потребительской экономики. Это базис общества потребления, система экономических отношений, основанных на примате всеобщего потребления и, соответственно, производности других фаз воспроизводства, во главу которой положен принцип перманентного потребления индивида, что формирует особую систему ценностей и установок как на микроэкономическом, так и на макроэкономическом уровне в целом.

Потребительская экономика основана на определенных институтах (правилах игры), в числе основных, по нашему мнению, следует рассматривать демонстративное потребление и бум по-

требительского кредитования, появление и тотальное распространение сетевых ритейлеров, связанного с ними шопинга (немотивированное постоянное приобретение благ) как самоцели и повсеместной формы организации досуга, денежный фетишизм, когда деньги из средства достижения целей превращаются в самоцель и становятся объектом преклонения и воплощения всемогущества.

Рассмотрим отрицательные экстерналии потребительской экономики.

Потребительскую экономику называют затратной, поскольку она при кажущейся направленности на удовлетворение различных нужд субъектов фактически направлена на потребление ресурсов далеко не всегда и во всем рациональное, на увеличение объемов продаж товаров как длительного, так и кратковременного пользования любыми способами и методами.

Потребительская экономика неотделима от таких ее атрибутов, как предметы роскоши, включая эксклюзивные сорта вин и табачных изделий, оружие, курительные смеси, которые в одних странах запрещены, но в других разрешены наряду с наркотическими веществами, дорогие медикаменты, что, по сути, является настоящими «фабриками смерти». Потребительская экономика не исключает огромных затрат на вооружение, военные действия, связанные с прямыми потерями человеческих ресурсов, информационное давление, включая нейролингвистическое программирование, используемое сейчас широко в различных маркетинговых системах.

Появился даже новый термин – «нейроэкономика», что означает «использование методов современной нейрофизиологии для изучения процессов, протекающих в мозге во время принятия человеком экономических решений» [4]. После длительного в основе своей абстрактного описательного моделирования современные экономисты перешли к непосредственному изучению различных сложных механизмов, происходящих в мозге человека при осуществлении им определенной деятельности, включая и потребление. Фактически изучаются процессы, из которых так или иначе складываются различные экономические отношения. Уже известно и доказано наукой, что в предвкушении и ожидании удовольствия, например, от вкусной пищи, секса, инъекции амфетаминов, вызывающих приятные ощущения, или в ожида-

нии денежного вознаграждения, что универсально действует на большинство субъектов, у человека активируется отдельная область мозга и одновременно наблюдается повышенное выделение допамина. Выявлена роль этого вещества в формировании положительных эмоций, уверенности, энтузиазма, интереса. Исследуется активность мозга в игровых ситуациях с межвременным выбором, проблемами самоконтроля и принятия решений в ситуациях неопределенности, которые в последние десятилетия активно разрабатывались поведенческой экономикой.

Нейрофизиологический подход к исследованию экономического поведения субъектов подводит к мысли о том, что если производить определенное воздействие на соответствующие участки мозга, то можно добиться принятия субъектом соответствующих решений о покупке того или иного товара. Это воздействие может осуществляться совершенно безболезненно и незаметно для потребителя, например, через музыкальный фон, который присутствует фактически в каждом крупном супермаркете, через цветовые раздражители, вкусовые, запахи и т. д. Такие формы потребительского поведения, как шопинг, вполне могут быть объяснимы с позиций нейрофизиологии: человек испытывает стойкую потребность в ожидании удовольствия от покупки, и она подкрепляется активизацией отдельного участка мозга. Использование методов нейроэкономики позволяет расширить область познания и подтверждает необходимость новых подходов к анализу деятельности человека, в том числе и его потребительских предпочтений.

Потребительская экономика в сравнении с другими видами экономик, таких как, например, экономика счастья, экономика впечатлений, викиномика, с позиций макроэкономического подхода, является более затратной и, соответственно, менее эффективной, но с позиций микроэкономического подхода, на уровне фирм-производителей тех или иных товаров, потребительских благ, многочисленных посредников, различных торговых структур данная экономика предстает в ином ракурсе, принося им высокие доходы и высокую прибыль. С иных позиций воспринимается потребительская экономика и на уровне потребителя, она позволяет не только удовлетворять постоянно возрастающие потребности, но и осуществлять это персонифицированно, для каждого, что фактически «разогревает» и «разгоняет» потребности

человека до бесконечности, при этом всегда оставляя часть их неутолимой, но очень желаемой для удовлетворения. Гуманные цели человеческого бытия, деятельности субъектов постепенно могут заменяться на суррогатные, замещаться на бесконечный поиск неизведанных ощущений от потребления тех или иных благ, рациональность и разумность могут уступить место чисто гедонистическим подходам. По нашему мнению, это весьма опасный и, возможно, даже тупиковый путь развития.

Существует объективно несколько групп мегатрендов, формирующих в долгосрочной перспективе контуры и облик будущего большинства стран мира:

- глобализация;
- формирование экономики знаний и рост значимости инноваций как основы устойчивого экономического развития;
- развитие цифровых, био- и нанотехнологий – конвергенция технологий;
- повышение значимости новых источников энергии и энерго- и ресурсобеспечения;
- изменение климата и окружающей среды;
- медицина долголетия и достижение нового качества жизни;
- кадры как определяющий фактор конкурентного преимущества, повышение уровня их мобильности;
- индивидуализация потребления и культурное разнообразие;
- борьба за глобальное лидерство.

Эти глобальные мегатренды имеют множество эффектов, поэтому они будут в различной степени влиять как на экономику развитых стран, так и на будущие позиции российской экономики.

Рассмотрим содержание такого мегатренда, как **индивидуализация потребления и культурное разнообразие**, что, по сути, выражает логику и контент потребительской экономики.

- Переход от ориентации на массовые рынки к индивидуальным и микрорынкам.
- Переход к креативному потреблению (поиск «творчества» в приобретаемых товарах/услугах).
- Постоянная адаптация и приспособление к новым потреб-

ностям потребителей и изменениям окружающей среды.

- Плюрализм – смешение традиционного и современного образа жизни.

- Глобальная конкуренция жизненных ценностей.
- Возникновение гибридных культур.
- Развитие концепции устойчивого потребления.
- Новые парадигмы потребления.
- Рост самодостаточности индивидуума.

Креативная, продуктивная и удовлетворяющая индивида работа станет более востребована и приведет к значительному росту числа людей, занятых ею во всем мире.

Создание личного богатства и свободы будет доступно для большего числа людей в будущем.

Открытое общество, свободная торговля и защита прав личности будут необходимыми компонентами повышения личного процветания людей в будущем.

Конфиденциальность, в том числе свобода от электронной, медицинской, геномной и других форм контроля и управления, будет признана одним из основных прав человека. Защита от них станет важнейшим направлением, требующим постоянного внимания.

Право жить в обществе демократии и свободы с защитой прав личности будет признано высокой целью глобального значения, люди будут более активно защищать свои права, чтобы обеспечить доступ к информации, инновациям, общению и творчеству.

Глобальный акцент на мире и безопасности приведет к созданию мира, в котором люди будут испытывать меньше войн и тирании.

Демократизация интернет-продаж (возвращение товара, если не понравится, и т. д.).

«Умные» покупки (принятие решения о приобретении товаров/услуг на основе предварительной информации).

Интерактивная розничная торговля (голосование за продукты/услуги онлайн, рекомендации и обсуждение в социальных сетях).

О движущих силах современной экономики есть особое мнение отдельных специалистов. Так, В. Райцле считает, что тако-

вой является роскошь [1]. На момент написания книги он отвечал за разработку и производство автомобилей класса люкс концерна Ford. В. Райцле исходил из того, что первоначально эксклюзивные товары впоследствии становились предметами массового спроса.

Производители, ориентированные на масс-маркет, обречены на разрушительную ценовую конкуренцию, что делает их позиции на рынке потребительских товаров и услуг достаточно уязвимыми. Производители, предлагающие оригинальную идею продукции премиум-класса обеспеченным потребителям, которые готовы платить за реализацию в процессе потребления своей неповторимой индивидуальности, могут рассчитывать на пролонгирование своей бизнес-деятельности. Представления о роскоши со временем меняются: ранее она ассоциировалась с золотом и бриллиантами, теперь появилась новая роскошь – это, прежде всего, роскошь технических новинок. В. Райцле полагает, что инновационная экономика неразрывно связана с развитием производства предметов роскоши, и прослеживает эту связь на примере автомобильной отрасли.

Следует отметить, что интенсивная экспансия розничных торговых сетей созвучна ценностям потребительского общества.

Это общество ставит в центр всех экономических отношений «человека потребляющего», для которого «главным сакральным местом является торговый центр, а основным религиозным ритуалом – регулярное мытье машины» [2].

Эпоха экономики потребления стала яввю и для России. Потребительское общество формирует различные институциональные ловушки для потребителей. Они носят в основном социальный характер и связаны с психологией потребителей. Одна из таких ловушек – это увлечение статусными вещами при высоком уровне дохода. Это требует постоянного увеличения трудовых усилий, а рост доходов направляется преимущественно на демонстративное потребление. Примером, подтверждающим эту институциональную ловушку, является потребительский спрос яппи в 80-е годы. Другая институциональная ловушка связана с потреблением субъектов, вынужденных из страха показаться белыми воронами на фоне общего потребительского благоденствия приобретать чаще, чем обеспеченные слои, дорогие и широко разрекламированные товары.

Исследования потребительских предпочтений выделяют такую группу, как «бобуины» (богемные буржуа), – это миллиардеры, сделавшие деньги на «новой экономике», но сохранившие романтические взгляды на жизнь.

Помимо организационной институционализации потребительского рынка в виде создания розничных торговых сетей, происходит разноплановая институционализация потребительских предпочтений. Это связано, с одной стороны, с консюмеризмом, с другой – с движением VS.

Консюмеризм – организованное движение потребителей за расширение и защиту своих прав, а также усиление воздействия потребителей на производителей и продавцов. Основные направления деятельности в рамках консюмеризма сводятся к следующему: воспитание потребителей, независимая экспертиза товаров, предъявление исков на некачественные товары.

Консюмеризм как движение аккумулирует три основные группы:

1. Группы, ориентированные на потребителей, озадаченные преимущественно ростом потребительского сознания и предоставляющие потребителям информацию для более обоснованного выбора.

2. Государство, осуществляющее законодательную и регулируемую функции.

3. Бизнес, действующий посредством конкуренции и саморегулирования в интересах потребителей.

Наряду с консюмеризмом существует движение VS – Voluntary Simplicity – добровольная простота. Это движение борется с консюмеризмом.

Принципы VS просты и сводятся к антибрендизму:

- покупать не марки, а вещи;
- покупать только то, что нужно;
- когда можно, покупать подержанное;
- если можно, не покупать вообще.

Само движение VS стало удачным брендом, символом стал слоган «как сделать жизнь проще».

Это движение отражает ситуацию на переразвитом рынке, рынке изобилия товаров и услуг. В России, где потребитель сильно подвержен «эффекту толпы» и «эффекту брендинга», это движение пока не существует.

Авторы полагают, что розничные торговые сети формируют у потребителей особый эффект толпы. Рассмотрим это подробнее.

Эффект толпы, возникающий у потребителей под воздействием розничных торговых сетей, имеет ряд особенностей. Это позволяет говорить о нем как об эффекте потребительской толпы.

1. Данный эффект связан с потребительскими предпочтениями индивидов и их потребительским выбором. Любой потребитель, попадающий в зависимость от огромного многообразия товаров, предлагаемых новинок, испытывает состояние сопричастности к этому товарному миру и имеет реальный шанс стать обладателем какой-либо его части. Движение потребителя вдоль многочисленных полок в крупнейших супермаркетах напоминает конвейерную систему. Постепенно все они втягиваются в общий поток, формируется фактически толпа потребителя, наделенная едиными мыслями и эмоциями потребительского характера со всеми вытекающими отсюда последствиями.

2. Эффект толпы носит неспонтанный характер и достаточно спокойно формируется у потребителей в соответствующих условиях – при посещении крупных торговых комплексов, супер- и гипермаркетов. В магазинах специализированных, где осуществляется продажа товаров ограниченного ассортимента, данный эффект не наблюдается ввиду отсутствия толпы потребителей как таковой и более персонифицированного характера их предпочтения.

3. В качестве лидеров толпы потребителей выступают те из них, которые могут приобрести максимально возможное и разнообразное количество товаров. Это неформальное лидерство, т. к. в принципе никто из потребителей явно на лидеров-потребителей не указывает, они не избираются большинством и не призывают к каким-либо действиям. Это пример молчаливого сговора, когда данные потребители-лидеры толпы потребителей достаточно явно выделяются из нее и своим поведением задают тон для других потребительских групп. Большинство потребителей попадает дополнительно и под эффект корзины – после посещения торговой точки она должна быть наполнена товарами, ибо пустая корзина возвращается как атрибут бедности и потребительской несостоятельности.

Библиографический список

1. Райцле, В. Роскошь – источник благополучия. Будущее глобальной экономики / В. Райцле. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005.
2. Фенько, А. Люди и деньги: очерки психологии потребления / А. Фенько. – М., 2005.
3. Чандран, Наир. Потребительская экономика. Роль Азии в перестройке капитализма и спасении планеты. – М. : Прогресс-Традиция, 2012.
4. Camerer, C., Loewenstein G., Prelec D. Neuroeconomics : How Neuroscience Can Inform Economics, working paper, 2004 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://sds.hss.cmu.edu/faculty/Loewenstein/neurojelfinal.pdf>.

КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Котенко А. П.

Омская гуманитарная академия

Для эффективного развития экономики региона необходимо применение такой формы организации труда, которая может обеспечить накопление и рациональное использование ресурсов территории. Одной из таких форм являются кластеры. Понятие «кластер» было введено в науку американским экономистом Майклом Портером в 1990 году. В соответствии с трактовкой учёного, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей) и, связанных с ними организаций (органов государственного управления, инфраструктурных компаний), действующих в определённой сфере и взаимодополняющих друг друга.

М. Портер определил, что конкурентоспособность региона или страны следует рассматривать с точки зрения конкурентоспособности не отдельных её организаций, а именно кластеров – объединений предприятий различных отраслей, способных эффективно использовать внутренние ресурсы. Им была разработана диаграмма для определения конкурентных преимуществ, получившая название «конкурентный ромб» («алмаз») с четырьмя группами преимуществ, к которым относятся:

– факторные условия: людские и природные ресурсы, научно-информационный потенциал, капитал, инфраструктура, в том числе качество жизни;

– условия внутреннего спроса: качество спроса, соответствие тенденциям развития спроса на мировом рынке, рост объёмов спроса;

– смежные и обслуживающие отрасли (кластеры отраслей) – сферы поступления сырья и полуфабрикатов, сферы поступления оборудования, сферы использования сырья, оборудования, технологий;

– стратегия и структура фирм, наличие конкуренции: цели, стратегии, способы организации, менеджмент фирм [5].

Производственная структура кластера всегда более выгодна, чем отраслевая, это обусловлено тем, что внутрифирменные связи более тесные. Кластер порождает эффект масштаба производства, основой которого является наличие в лице одной из фирм ядра инновационного кластера для производства определенного вида продукции или услуги. Он может включать большое или малое количество предприятий, а также большие и малые предприятия в разном соотношении. Кластер служит той «ареной», на которой осуществляется реальное взаимодействие между местными предпринимательскими структурами, а также между предпринимательскими структурами и другими институтами.

Принято выделять две основные категории кластеров, сформированных по пространственной и функциональной осям:

Промышленный кластер – фокусируется на конкуренции внутри сектора. Он состоит из всевозможных действующих лиц, ресурсов и видов деятельности, которые объединяются вместе для развития, производства и продажи разнообразных типов товаров и услуг. Промышленный кластер, как правило, пространственно не привязан к какой-либо урбанизированной области. В противоположность региональному кластеру, он обладает тенденцией иметь более широкие границы, возможно охватывая весь регион или страну.

Региональный кластер – это пространственная агломерация подобной и связанной экономической деятельности, формирующая основу местной среды, способствующая переливам знания и стимулирующая различные формы обучения и адаптации. Такие кластеры, обычно, состоят из малых и средних предприятий, и центральный элемент их успеха сосредоточен в силах социального капитала и географической близости. Другая

их особенность состоит в том, что фирмы менее взаимосвязаны, чем в промышленных кластерах [2].

В настоящее время, кластеры все чаще рассматриваются в качестве объекта экономической и промышленной политики нового образца, именуемой кластерной политикой, главной целью которой выступает повышение конкурентоспособности страны или территории.

Кластерная политика – это система государственных и общественных мер и механизмов поддержки кластеров и кластерных инициатив, обеспечивающих повышение конкурентоспособности регионов, предприятий, входящих в кластер, развитие институтов, стимулирующих формирование кластеров, а также, обеспечивающих внедрение инноваций.

По сути, кластерная политика представляет собой смешанную форму различных механизмов государственной экономической политики и объединяет промышленную политику, региональную политику, политику поддержки малого бизнеса, политику по привлечению внешних и внутренних инвестиций, инновационную, научно-техническую, образовательную и другие. Реализация кластерной политики подразумевает комплекс мер преимущественно регулятивного характера, направленных на устранение препятствий, возникающих на пути обмена знаниями и навыками, мешающих установлению взаимодействия и взаимозависимости между различными участниками кластера. Органы регионального и муниципального управления играют важную роль в процессах кластеризации: государственная политика может быть необходима, чтобы усовершенствовать существующие кластеры или развить те, которые находятся в стадии зарождения. Роль органов власти в развитии кластеров заключается как в создании инфраструктуры для деятельности кластера, так и в непосредственном воздействии на факторы конкурентоспособности.

Выделяются пять наиболее общих типов кластерной политики:

1. Политика посредничества, направленная на создание условий для конструктивного диалога внутри кластера и усиление кооперации между его участниками.

2. Политика стимулирования спроса – формирование потребительских предпочтений в регионе, развитие родственных и

поддерживающих секторов экономики, государственный и муниципальный заказы.

3. Образовательная политика, целью которой выступает формирование необходимых компетенций в регионе.

4. Политика стимулирования внешних связей, заключающаяся в устранении торговых барьеров, защите прав интеллектуальной собственности, реализации инфраструктурных и инвестиционных проектов.

5. Политика создания благоприятных структурных условий: макроэкономических, институциональных и др. [3].

Кластерная политика отличается высокой эффективностью и значительной динамикой экономических показателей. Так, быстрое развитие японской экономики началось в 50-60-е годы XX века именно с формированием мощного кластера «металлургия-судостроение». Не без опоры на мощную металлургию, в Японии развивалось автомобилестроение, а позже – электротехнический и электронный кластеры. Можно подчеркнуть и еще одно принципиально важное обстоятельство: стимулирование кластерных механизмов роста конкурентоспособности за последние полвека неоднократно становилось основой выдвижения стран в элиту наиболее развитых стран мира.

Примерами успешных кластерных программ могут служить телекоммуникационный кластер в Финляндии, Силиконовая долина в США, винодельческие кластеры в Португалии.

Высокие темпы развития набрала экономика Австрии, где начали действовать трансграничные кластеры с Германией, Италией, Швейцарией, Венгрией, активизировались связи с Великобританией. Австрия разработала свой вариант экономической политики, где кластерный подход занял важное место. Ключевым фактором стала политика стимулирования развития связей между исследовательскими институтами и промышленным сектором, снижение регуляторных барьеров в инновационных программах, специализация кластеров и формирование центров конкурентоспособности. В процессе исследования состояния отраслей экономики, было выявлено, что, в среднем, каждая четвертая компания (с числом занятых не менее 20 человек) в ЕС работает в кластерной среде, характеризуемой тесной кооперацией с другими местными компаниями.

В Российской Федерации также уделяется значительное внимание кластерному вопросу. Примером тому являются не только разработки учёных в данной сфере, но и законодательное закрепление экономики ряда субъектов. Кластеры возникают и успешно развиваются в тех регионах России, где существуют объективные условия для формирования этого типа объединений предприятий и организаций. Такими условиями, как отмечалось ранее, являются наличие групп предприятий, тесно связанных технологиями производства какого-либо конечного продукта, сложившаяся территориальная система распределения ресурсов, разделения труда и специализация отдельных территориально-производственных комплексов, поддержка органов государственного управления как федерального, так и регионального масштабов [1].

Правительство Омской области разработало проект кластерного подхода к развитию экономики. Уникальный проект новой промышленной платформы региона даёт возможность максимально эффективно использовать местные сырьевые ресурсы и способен вывести Прииртышье на иной уровень развития, помогая занять ведущие позиции в российских и мировых рейтингах.

Новая промышленная платформа региона целиком вписывается в инновационную стратегию развития России, которая поддерживается правительством страны. Суть проекта достаточно проста, но она позволяет максимально задействовать имеющийся в Омской области промышленный потенциал. Вокруг головных предприятий будет образована цепочка инновационных производств, способных оперативно реагировать на потребности рынка.

Кластерная модель экономики ПАРК – промышленно-аграрные региональные кластеры – предполагает строительство четырёх промышленно-производственных кластеров

- кремниевого,
- нефтехимического,
- лесопромышленного,
- агропищевого.

Данная кластерная модель реализуется на базе Указа от 24 июня 2013 года № 93, «О Стратегии социально-экономического развития Омской области», в котором нашли своё отражение все потенциальные направления развития региона.

Агропромышленный кластер предполагает создание комплексного производства с применением технологий глубокой и комплексной переработки зерновых и растительной биомассы на основе биотехнологий, микробиологического синтеза и нанотехнологий. Это позволит производить особо ценную продукцию для развития внутреннего спроса и импортозамещения.

На первом этапе проект включает в себя помимо линии по производству биоэтанола, птицефабрику, мясоперерабатывающее предприятие, комбикормовый завод, на втором – всё более широкое использование биотехнологий для получения новых продуктов: органических кислот, аминокислот, глюкозы, ферментов, биополимеров и другой продукции. Это даёт серьёзный импульс для развития малого и среднего бизнеса.

Создание агропромышленного кластера предусматривает строительство заводов по переработке зерновых культур в биоэтанол, производству высокобелковых сбалансированных комбикормов, а также животноводческого комплекса по выращиванию скота и птицы.

Для развития этого кластера правительством Омской области принята специальная долгосрочная целевая программа с прямым бюджетным финансированием. Важно и то, что в регионе есть все необходимые ресурсы: пахотные земли – около 3 млн. га с возможностью расширения посевных площадей, растительная биомасса – до 1 млн. тонн в год.

Нефтехимический кластер – второе направление проекта. Стратегия развития этого системообразующего нефтехимического холдинга направлена на модернизацию существующих производств и диверсификацию сырья за счёт применения «зелёных» технологий, а также на введение новых производственных мощностей.

Инновационное развитие нефтехимического комплекса Омской области в краткосрочной и среднесрочной перспективе направлено на частичную замену традиционного углеводородного сырья возобновляемым при производстве каучуков, полимеров, биобензинов, на активное внедрение био- и нанотехнологий, на существенное снижение экологической нагрузки и на энергосбережение. На базе действующих производств ОАО «Газпром нефть – Омский нефтеперерабатывающий завод» в строй введена установка изомеризации лёгких бензиновых фракций по выпуску

биобензинов, бензинов класса «Евро-4» и «Евро-5». По оценкам специалистов, общий объём инвестиций в проект составит 24,5 млрд. рублей. В рамках проекта уже освоено 14,8 млрд. Планируемый объём выпускаемой и реализуемой продукции – более 11 млрд. рублей в год.

Создание цепочки производств по полному циклу переделов кремния, включая выпуск поликристаллического кремния, моно- и мультикристаллического кремния, а также кремниевых пластин для солнечной энергетики, микроэлектроники и сверхточной оптики, будет организовано в рамках кремниевого кластера. В него также войдут казахстанское предприятие по добыче и переработке особо чистого кварца и построенный завод по производству металлургического кремния. Новые производства будут построены в северном промышленном узле Омска на существующей промышленной площадке. Проект реализуется в рамках соглашения о намерениях, заключённого между правительством Омской области, ЗАО «Группа компаний «Титан» и компанией «Центротерм Фотоволтайкс АГ». Партнёрами проекта выступают «Роснано», Внешэкономбанк, Российская академия наук, Санкт-Петербургский государственный горный институт.

Лесопромышленный кластер даст мощный толчок к развитию северных территорий региона, где имеются богатейшие запасы древесного сырья, с ежегодным переизбытком производства в объёме 4 - 5 млн. кубометров. При планировании размещения и организации производств, входящих в эту часть проекта, используется экосистемный подход, основанный на рациональном, непрерывном и неистощимом лесопользовании.

Промышленное освоение технологий биохимической и бесхлорной переработки древесины позволит организовать производство высококачественной бумаги, упаковки, древесно-полимерных композитов. В перспективе развитие лесопромышленного кластера направлено на производство широкого ассортимента ценных продуктов и сырья для медицины, фармацевтической, парфюмерно-косметической, пищевой, химической отраслей и сельского хозяйства. В рамках лесопромышленного кластера предполагается реализация инвестиционного проекта «Производство домов из оцилиндрованных бревен» в селе Знаменское. Это позволит решить проблему доступного по цене экологичного жилья [4].

Таким образом, можно сказать, что реализуемая кластерная политика позволит не только обеспечить региону стабильность, но и выведет его в лидеры в отраслях промышленности и сельского хозяйства, значительно увеличивая их конкурентоспособность и темпы развития.

Библиографический список

Адамова К.З. Кластерная политика как инструмент повышения конкурентоспособности национальной экономики / К.З. Адамова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2009. – № 38. – С. 172-177.

Магретта Д. Ключевые идеи. Майкл Портер / Д. Магретта. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.

Марков Л. С. Проблемы реализации кластерной политики в России / Л.С. Марков // Научный эксперт. – 2007. – № 4. – С. 20-30.

Пилюшина А.И. Устойчивое развитие Омского региона/ А.И. Пилюшина, Н.П. Логинова, Н.В. Ильина, Д.Н. Ткаченко // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2012. – № 15. – С. 26-31.

Портер М. Конкуренция. /М. Портер. – М.: Вильямс, 2010. – 592 с.

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА БЕТОНА В Г.ОМСКЕ

Калимбетов В.К.

Омская гуманитарная академия

На сегодняшний день в России распространены три способа производства товарного бетона: на строительной площадке, на стационарных бетоносмесительных заводах и на заводах по производству сборных железобетонных конструкций.

Современные стационарные заводы по производству товарного бетона представляют собой высокоэффективные технологические системы с автоматизированным управлением и оборудованием большой производительности. Один такой завод при нормальной рабочей загрузке (90% от проектной) способен выпустить до 1000 м³ бетона в сутки (учитывая спрос на рынке на товарный бетон, это значение ограничено величиной 700 м³ бетона в сутки).

В Западной Сибири существует около 50 заводов, производящих товарный бетон, 11 из них находятся в г. Омске. В г. Омске бетонные заводы имеют загрузку производственных мощностей, в среднем 70 - 80%. Из этого следует, что на рынке товарного бетона Омска имеется небольшой переизбыток производителей, а, следовательно, заводы работают с неполной загрузкой.

Омский рынок товарного бетона, как и весь рынок Западной Сибири, делится на сегмент производителей товарного бетона, РБУ которых принадлежат строительным компаниям (например, компания "Мостовик") и на сегмент предприятий, пребывающих в состоянии конкуренции с себе подобными. Принцип работы предприятий первого типа заключается в том, что данные РБУ ориентированы, в первую очередь, на обеспечение работы самих предприятий (на сторону отпускается незначительная часть товарного бетона). Основная загрузка заводов этих предприятий осуществляется централизованным заказом самих компаний.

На свободном рынке находятся остальные предприятия-производители, не охваченные централизованным заказом компаний. Наиболее известное из них - ОАО "Омский КСК", имеющее бетонные заводы в Омске.

Товарный бетон - сезонный продукт. Объемы потребления минимальны в зимний период и максимальны весной и осенью. Связано это со строительной деятельностью в Омском регионе, которая отличается некоторой спецификой, в отличие от аналогичной деятельности по всей территории России. Влияние оказывает зимний сезон, в результате чего строительство осуществляется, в основном, в весенние - осенние месяцы.

Основное влияние на формирование цены бетона оказывают стоимость сырья - цемента, щебня, песка - и отчасти расходы, связанные с их доставкой на заводы (учитывая значительную удаленность от производителей сырьевых материалов). Это объясняется тем, что в структуре себестоимости товарного бетона стоимость материалов составляет около 80-84%.

В капитальном строительстве применение тех или иных бетонных смесей регламентируется проектной документацией в зависимости от условий эксплуатации и назначения возводимого объекта, однако можно сказать, что бетонные смеси с низким содержанием цемента (M100 - M200) используются, как правило,

на работах, связанных с подготовкой основания возводимого здания и сооружения. Для заливки фундаментной подушки применяются марки бетона со средним содержанием цемента (М350 - М400). Для возведения стен чаще других используются марки М300 - М350.

Сорта бетона, обладающие повышенной прочностью, типа М550 - М600, используются для заливки опор мостов и других особо сложных объектов. Наиболее широко на омском рынке представлены марки бетонов от М-100 до М-400. Наиболее часто для строительства монолитных домов используется бетон марок от М-250 до М-350 - бетон именно этих марок является наиболее ходовым. Особый сектор рынка, закрытый для многих производителей - специальный высокомарочный бетон, однако потребность в нем сегодня не столь высока, так как он используется только при строительстве крупных транспортных и промышленных объектов.

Сейчас на рынке строительства наблюдается устойчивая тенденция к переходу на более дешевый и надежный метод монолитного возведения домов, который для строительства жилых домов наиболее оптимален. Это вынуждает заводы ЖБИ переориентироваться на выпуск товарного бетона.

Емкость рынка товарного бетона Омска в 2013 году оценивалась в районе 80 тыс. м³ в год. По данному показателю по Западной Сибири, Омск занимает второе место после Новосибирска. В настоящий момент на данном рынке Омска действуют 11 бетонных заводов.

Учитывая специфику товарного бетона, спрос на данную продукцию неравномерен в течение года, с максимумами потребления весной, осенью и минимумом зимой. Так, в пиковые периоды 2013 года, производство достигало 993,0 м³ бетонных смесей в сутки.

В настоящий момент рынок товарного бетона Омска представлен 11 бетонными заводами. В таблице представлена информация об основных производителях и их объемах производства в 2013 году:

Доля компаний на рынке товарного бетона в Омской области (табл.).

Предприятие	Производство товарного бетона в 2013 г., м3	Среднегодовой объем производимого товарного бетона, м3/сут.	Объем производимого товарного бетона в пиковый период, м3/сут.
ООО Энергострой-комплект завод	6 016,5	21,0	53,0
ОАО Омский КСК	14 400,0	50,0	125,0
ООО Стройматериалы-99	10 080,0	35,0	88,0
ООО ПроектСтрой-Комплекс	7 200,0	25,0	63,0
ОАО Омскнефтепроводстрой	5 760,0	20,0	50,0
ООО Омский ЗЖБИ-7	5 760,0	20,0	50,0
ООО НПО Мостовик	15 760,0	20,0	50,0
ЗАО КСМ	4 320,0	15,0	38,0
ЗАО Завод сборного железобетона №6	4 320,0	15,0	38,0
ООО Домостроительный комбинат	4 320,0	15,0	38,0
ООО ГК Берег	4 320,0	15,0	38,0

Основными потребителями товарного бетона, как уже упоминалось ранее, являются строительные компании, работающие в сфере жилищного строительства. Потребителями товарного бетона являются не только монолитное строительство, но и заводы сборного железобетона благодаря высокому качеству бетона, изготавливаемого в условиях специализированного производства. Среднемесячные объемы потребления товарного бетона на один объект, строящийся по монолитной технологии, колеблются от 200 до 1000 м3. Динамика строительства и ввода в эксплуатацию жилых домов имеет устойчивую тенденцию к росту. Это вызвано тем, что спрос на жилье поднимается. Согласно данным Государственного комитета статистики России, динамика ввода в эксплуатацию жилых домов отличается некоторой стабильностью.

Рынок коммерческой недвижимости в Омске развивается не так быстро, как рынок жилищного строительства. В настоящий момент практически все сегменты российского, в том числе и омского рынка коммерческой недвижимости находятся в стадии роста. Однако данный рынок является привлекательным для иностранного

инвестирования и в будущем ожидается увеличение темпов роста в этом секторе рынка.

Объемы транспортного и промышленного строительства растут мало. Сейчас, в основном, преобладают проекты реконструкции неиспользуемых помещений и площадей. Спрос на новые производственные объекты увеличивается медленно, поэтому потребление бетона в этой отрасли невелико.

В данных сегментах рынка потребителями товарного бетона являются:

- строительные компании;
- ЖБИ;
- ДСК;
- строительные тресты;
- частный сектор.

Омские строители в январе-июле 2013 года ввели в эксплуатацию более 280,9 тысячи квадратных метров жилья, что в полтора раза больше по сравнению с тем же периодом прошлого года

Наиболее активно ведется строительство жилья в Омском, Исилькульском, Марьяновском, Знаменском, Нижнеомском и Муромцевском районах. Более половины от объемов - 144,7 тысячи квадратных метров - построено индивидуальными застройщиками в сельских районах.

В этом году региональное правительство отнесло увеличение объемов строительства жилья в сельских районах к приоритетным направлениям социально-экономического развития области. В соответствии с планом, до конца года в сельской местности планируется ввести в строй не менее 350 тысяч квадратных метров жилья.

В целом же в 2013 году в Омской области планируется построить около 750 тысяч квадратных метров жилья, что на 145 тысяч квадратных метров больше уровня 2012 года.

ОЦЕНКА РИСКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ИНВЕСТИЦИЙ

Гущанская Т. В.

Омский государственный аграрный университет имени
П. А. Столыпина

В настоящее время огромное влияние на экономику оказывают инвестиции. Они участвуют как в микроэкономической деятельности на уровне взаимоотношения и взаимодействия с различными видами производства, так и на макроуровне.

Экономика России вступила на путь рыночных отношений уже более двух десятилетий. С ее развитием огромное влияние на экономические взаимоотношения оказывает информация, при ее наличии или отсутствии экономические субъекты принимают решения. Организация в связи с изменчивой экономической средой и нарастающей неопределенностью осуществляют деятельность подверженную риском. На рисунке 1 отображена взаимосвязь экономических категорий [1].



Рис. 1 Взаимосвязь категорий: нестабильность, неопределенность, риск, потери

Экономический риск - это совокупность потерь из-за случайного характера результатов принимаемых решений или действий. В свою очередь, он тесно связан с понятием вероятности, неопределенности и прослеживается его зависимость с доходностью. Как правило, многие отождествляют понятия риск и неопределенность, это не совсем верно, ведь в понятие неопределенность входит на-

личие неполной, неточной информации о фактах хозяйственной деятельности, поведения участников. Фундаментальным отличием этих понятий является то, что риск можно спрогнозировать и оценить.

Инвестиционный риск – риск недополучения либо потери прибыли от реализации того или иного проекта. Инвестиционные риски классифицируются в зависимости от особенностей реализации проекта и способа привлечения средств [2]. В настоящее время, основными факторами, влияющими на процесс вложения тех или иных инвестиций в проект, являются следующие параметры:

1. Распределение получаемого дохода на потребление и сбережения. При росте дохода повышается доля сбережений, следовательно, наблюдается рост объема инвестиций.

2. Уровень прибыли на инвестиции. Инвестору интересна прибыль, полученная от вложения инвестиций. Даже самые безрисковые инвестиции должны приносить какой либо размер прибыли. Чем выше риск инвестиций, тем выше должна быть ожидаемая прибыльность вложений.

3. Ставка ссудного процента. При росте ставки ссудного процесса сократиться объем инвестиций.

4. Возможный темп роста инфляции. При наличии инфляции будущая прибыль от инвестиций обесценивается, а зная это, инвесторы откажутся от инвестиционных проектов.

5. Фактический объем национального продукта произведенного в стране. Его увеличение, если абстрагироваться от других условий, должно привести к возрастанию спроса на инвестиции.

6. Политика государства. Так при снижении налогов, в том числе на прибыль, приведет к росту инвестиционной активности.

7. Ожидания предпринимателей, основанные на прогнозах будущего спроса, объема продаж, рентабельности

Инвестор, выбирает между несколькими инвестиционными проектами основываясь на имеющихся данных. При этом одним из факторов принятия положительного решения в пользу инвестиционного проекта зависит от самого инвестора. На рисунке 2 изображено отношение к риску с помощью кривых безразличий.

Наиболее лучшим из двух финансовых активов является актив В, так как является наименее рискованным при одинаковом ожидаемом уровне доходности.

В рассматриваемом случае более доходным является актив А,

но он же является и более рискованным. Актив В менее рискованный, но и менее доходный.

Риск – неотъемлемая составляющая хозяйственной деятельности, которую необходимо учитывать и управление им необходимо на всех стадиях жизненного цикла инвестиционного проекта.

Основываясь на этих данных инвестор примет решение об осуществлении того или иного проекта. Снизить проектные риски, при возникновении неблагоприятных событий, можно за счет создаваемых резервов денежных средств и материальных ресурсов, переориентации деятельности и созданию, либо совершенствованию производственных мощностей.

Снижение инвестиционных рисков возможно благодаря прогнозированию, страхованию, распределению ответственности между участниками.

На практике самым выгодным и правильным решением по снижению рисков является обоснованный выбор инвестиционных решений на основе использования современных технико-экономических обоснований.

Библиографический список

1. А.Н. Асаул, Б. М. Карпов, В. Б. Перевязкин, М. К. Старовойтов Модернизация экономики на основе технологических инноваций. – СПб: АНО ИПЭВ, 2008. - 606 с.
2. Ример М.И. Экономическая оценка инвестиций / Ример М.И, Касатов А.Д., Матиенко Н.Н. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2008. — 480 с.
3. Староверова Г.С., Экономическая оценка инвестиций / Староверова Г.С., Медведев А.Ю., Сорокина И.В.- М.: Кнорус, 2006. – 312 с.
4. Т.А. Фролова Экономика предприятия: конспект лекций. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m203/10_3.htm

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Патласов О. Ю.

Омская гуманитарная академия

В научной литературе для идентификации состояния развития экономики предлагаются различные критерии отнесения национальных экономик к креативным. Для определения критериев уровня готовности экономики к переходу в фазу креативного развития необходимо учитывать различные факторы, к ним можно отнести следующие: наличие стратегических планов по развитию экономики страны с основным фокусом на креативный сектор; уровень образованности и финансовой обеспеченности потребителей креативных услуг и товаров; уровень профессиональной подготовки и творческого потенциала работников, производящих креативные товары и услуги; развитая инфраструктурная и институциональная база креативной экономики; высокий уровень толерантности и транспарентности общества; нетерпимость к коррупционным явлениям и т. д. [1].

Исходя из данных факторов, можно выделить 3 основных критерия, которые необходимо соблюдать для формирования креативного сектора, это *условия, выдвигаемые к потребителям, условия, выдвигаемые к производителям, и наличие креативной среды.*

Рассмотрим предложенные критерии и выявим связь между ними и уровнем развития креативной экономики.

Условия, выдвигаемые к потребителям креативной продукции. Для успешного развития креативной экономики необходимо учитывать уровень материального и духовного развития населения страны как конечного потребителя креативных товаров и услуг. То есть следует создать общество, где будет превалировать количество богатых и образованных людей.

Товары и услуги креативного сектора не относятся к категории первой необходимости, поэтому, как правило, сначала потребитель тратит свой доход исключительно на удовлетворение жизненно важных потребностей, таких как одежда, питание и др., затем при условии наличия свободных денежных средств приобретаются креативные блага, как то: фильмы, музыка, произведения изобразительного и ремесленного искусства, компьютерные игры и т. д.

Именно на эту категорию платёжеспособных людей будет направлена основная конкурентная борьба производителей креативной продукции.

Следующим немаловажным условием формирования креативного класса страны является уровень образования людей. Необходимо, чтобы потребитель обладал высоким эстетическим восприятием культурных ценностей для проявления интереса к таким продуктам, как кино, музыка, изобразительное искусство, театр и т. д. Также важно, чтобы потребитель имел навыки использования информационно-коммуникационных технологий, например, способность скачать посредством интернета видео- или аудиоконтент, заказать онлайн понравившийся товар или услугу, включить компьютерную игру и т. д.

Одним из наиболее авторитетных показателей, измеряемым уровнем грамотности населения и величиной валового внутреннего продукта на душу населения, является Индекс человеческого развития, ежегодно публикуемый Программой развития Организации Объединённых Наций (ПРООН).

В соответствии с данными на 2014 год, Россия и Казахстан относятся к группе стран с высоким уровнем развития человеческого капитала, занимая 50 и 56 места соответственно.

К числу стран с очень высоким уровнем индекса человеческого капитала относятся страны ОЭСР. Следует отметить, что в этих странах сильно развит креативный сектор экономики (см. табл. 1).

Таблица 1

Индекс человеческого развития в 2014 году

№	Страна	Индекс человеческого развития
1	Норвегия	0,944
2	Австралия	0,935
3	Швейцария	0,930
4	Дания	0,923
5	Нидерланды	0,922
6	Германия	0,916
6	Ирландия	0,916
8	США	0,915
50	Россия	0,798
56	Казахстан	0,788

Источник: составлено автором на основе данных [2]

Условия, предъявляемые к производителям креативной продукции. Процесс производства креативных услуг и товаров требует от производителей определённого уровня знаний и компетенции, зачастую с наличием творческого и креативного мышления, со способностью генерации идей и оригинальных решений. Данные условия формируют новые требования к трудовым ресурсам, так как креативная продукция не всегда серийная и часто речь идёт о единичном выпуске продукции. Поэтому приоритет, прежде всего, отводится развитию индивидуальных творческих способностей человека. В данном случае на первый план выходят такие показатели, как эффективность системы обучения и подготовки кадров, уровень затрат на развитие науки и образования.

Уровень затрат на образование и науку выступает ключевым индикатором оценки развития креативного сектора. По данным Всемирного банка, наибольшую поддержку этим сферам оказывают страны ОЭСР, средний уровень расходов составляет 3,5 % к ВВП на науку и 6,5 % на образование. Для сравнения: показатели России и Казахстана существенно ниже – 1,16 и 0,23 % на науку и 4,1 и 3,1 % на образование соответственно (см. табл. 2).

Таблица 2

Затраты на развитие образования и науки

№	Страна	Уровень затрат, в % к ВВП	
		НИОКР (данные за 2012 год)	Образование (данные за 2014 год)
1	Израиль	4,40	5,8
2	Финляндия	3,88	6,8
3	Швеция	3,40	7,3
4	Дания	3,06	8,7
5	Швейцария	2,99	5,4
6	США	2,90	5,4
7	Германия	2,82	4,6
8	Великобритания	1,76	5,6
9	Россия	1,16	4,1
10	Казахстан	0,23	3,1

Источник: составлено автором на основе данных [3, 4]

Создание креативной среды. Следующим важным условием, способствующим увеличению доли креативного сектора в экономике, является наличие креативной среды, предполагающее развитие творческой личности и генерирование новых идей. Важно, чтобы креативная среда была толерантной, гибкой, способной принять людей вне зависимости от их жизненных взглядов, ценностей, вероисповедания, расовой принадлежности и сексуальной ориентации.

В связи с тем, что креативный человек не может эффективно работать в рамках «корпоративных аквариумов», работодатель для раскрытия потенциала должен предоставить возможность гибких форм занятости, это:

- отсутствие жёсткой трудовой регламентации;
- личная мобильность персонала (гаджеты, скорость интернета).

Необходимым условием формирования благоприятной творческой среды для развития креативной экономики является развитая институциональная инфраструктура, на базе которой происходит распределение грантов на различные научно-исследовательские работы, реализация проектов в данной области, развитие культурных традиций, проводятся культурные мероприятия, создание различных объединений и групп по поддержке и стимулированию творческой инициативы.

Для обеспечения успешного функционирования институциональной инфраструктуры и креативной среды в целом необходимо иметь достаточное финансирование и некоррупцированное общество, что будет гарантом того, что современный креативный работник сможет найти в нём место для реализации своего творческого потенциала. В противном случае существует риск оттока талантливых людей из страны в другие более благополучные в этом отношении регионы.

В качестве гипотезы, проверяемой в рамках данного исследования, выступило следующее положение: существует ли зависимость между долей иностранных мигрантов среди трудовых ресурсов страны и уровнем проникновения креативного сектора в экономику?

В качестве наглядного примера рассмотрим Объединённые Арабские Эмираты (ОАЭ). По данным Информационного агентства России, численность трудовых мигрантов в ОАЭ составляет 90 %

от всей рабочей силы [5]. В настоящий момент цифра равна 5 млн человек, из них 2,2 млн из Индии, 1,25 млн из Пакистана, 0,5 млн из Бангладеш и 1 млн из других стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Следует отметить, что высококвалифицированные иммигранты составляют малую часть от числа всех трудовых мигрантов ОАЭ – 2,2–2,5 % (125 000 чел.). В связи с экспортно-сырьевой направленностью экономики ОАЭ, за исключением провинции Дубаи, основная часть мигрантов задействована именно в этом секторе, что является сдерживающим фактором в развитии наукоёмких отраслей. В последние годы правительство ОАЭ проводит политику диверсификации экономики, стремясь сократить долю нефтедобывающего сектора в экономике, что предусматривает реализацию крупномасштабных проектов, требующих наличие высококвалифицированных специалистов. Тем самым должна измениться сама философия привлечения иностранной рабочей силы в сторону качественного улучшения.

В качестве постановки проблемы научного исследования выдвинут вопрос: **как отраслевая структура экономики отражается на скорости перехода к креативной экономике?**

Если экономика базируется на традиционных отраслях, в том числе сырьевых, например, угольная, газовая, нефтяная и её переработки, то в классическом понимании сложно развивать там креативность. В странах с высокой долей сферы услуг и экспортного потенциала информационных технологий объективные возможности проявления контуров креативности существенно выше. Это объясняется тем, что для формирования креативного сектора экономики требуются определённый ресурсный задел в форме высококвалифицированных специалистов, наличие информационно-коммуникационного обеспечения и развитой научно-исследовательской базы. Данные сегменты наибольшее развитие получили в странах с постиндустриальной экономикой, это преимущественно страны Западной Европы, США, Япония и др. Креативная экономика – это высшая ступень развития постиндустриальной системы, которая включает в себя элементы сервисной экономики, информационной экономики, экономики знаний. Страны, находящиеся на стыке данных трендов, быстрее приспособляются к условиям креативной экономики. Например, в Японии продукция и производство являются нематериалоёмкими, а масштабы развития человеческих ресурсов достаточно высокими, что, бесспорно,

является предпосылкой для развития креативности.

Для этого нужно сосредоточить усилия на создании благоприятного фона, необходимого для развития креативных отраслей, а именно: создать инфраструктуру для развития креативного сектора, сформировать сеть образовательных организаций, усилия которых будут направлены на подготовку представителей креативного класса, сконцентрировать внимание на поиске финансовых средств для развития сфер культуры.

Проведённый нами анализ индикаторов креативности экономик в рамках трудовых ресурсов, потребителей и креативной среды показал, что требуется дополнительная аргументация внесения того или иного показателя характеристики креативности, что является не бесспорным.

Библиографический список

1. Kloudova, J. Expanse creative economy and its impact on the less developed regions / J. Kloudova // Journal of the New Economic Association. – 2010. – № 5. – С. 110–125.

2. Программа развития ООН: Индекс человеческого развития в странах мира в 2015 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/12/16/7285>

3. Рейтинг стран по уровню расходов на НИОКР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/research-and-development-expenditure/info>

4. Рейтинг стран по уровню расходов на образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/expenditure-on-education/info>

5. Информационное агентство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/1158130>

6. World migration report 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://publications.iom.int/system/files/wmr2015_en.pdf

7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_107/Main.htm

8. Комитет статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.stat.gov.kz/faces/homePage?_afrLoop=30676768002619032

ЖУРНАЛИСТИКА В ГЛОБАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

PRODUCT PLACEMENT В КОНТЕНТЕ ШОУ-БИЗНЕСА

Лагутина О. В.

Юго-Западный государственный университет, г. Курск

Данные регулярного исследования РосИндекс компании Synovate Comcon демонстрируют неутешительную для рекламного рынка тенденцию: россияне все больше теряют интерес к рекламе. Так, в целом по России доля людей от 10 лет и старше, соглашающихся с высказыванием «Меня раздражает реклама», за 2,5 года выросла на 4 пп. и по данным 1 полугодия 2014 г. составила 59,9% [6]. Все это заставляет специалистов искать и использовать новые формы рекламной коммуникации, которая не только не будет вызывать негативных эмоций, но, напротив, подарит потребителю удовлетворение и положительный настрой. Поэтому неудивительно, что одним из трендов видеорекламы 2014 года маркетинговым агентством Unruly был назван треквертайзинг [1].

Треквертайзинг (trackvertising, от англ. track – музыкальная композиция, advertising – реклама) – это интегрирование бренда в контент музыкальной композиции или музыкального клипа; создание видео, которое одновременно является и музыкальным клипом, и рекламным роликом.

Алексей Шушлебин, Media Buying Director КГ MOV!E, называет треквертайзинг «инновационным направлением» и определяет его как «product placement в контенте шоу-бизнеса» [5]. Действительно, по сути треквертайзинг представляет собой типичный пример product placement (сокращенно – РР, ПП), то есть размещение товара/торговой марки/услуги в продукте массового потребления (кино, телепрограммах, литературе, компьютерных играх и пр.), который адресован широкой аудитории и имеет сюжет. Так, Берёзкина О. П. в работе «Product Placement. Технологии скрытой рекламы», вышедшей в 2009 году и, по сути, ставшей первой книгой по технологии РР от российского автора, среди прочих видов product placement (в художественных фильмах, российских блокбастерах, на телевидении, в художественной литературе, в комиксах, в прессе, в

видеоиграх) выделяет такую разновидность, как «product placement в музыке» [2]. Киселева П. А. в работе «Product placement по-русски» говорит о таком виде, как «ПП в песнях» [3], имея в виду лишь интегрирование бренда в текст музыкального произведения.

Несмотря на то, что термин «треквертайзинг» вошел в лексикон рекламистов относительно недавно, сам феномен размещения рекламы в контенте музыкального произведения насчитывает уже более ста лет. Один из самых ранних примеров – детская песня американских бейсбольных болельщиков «Take me out to the Ball Game» (1908 год). В ней упоминается бренд *Cracker Jack*, выпускающий карамель, попкорн и орешки:

Take me out to the ball game,

Take me out with the crowd.

Buy me some peanuts and Cracker Jack,

I don't care if I never get back...

С тех пор американский шоу-бизнес неоднократно являл примеры интеграции брендов в контент музыкальных произведений. Вместе с тем, в большинстве случаев было очень сложно однозначно сказать – было ли это примером коммерческих отношений с компаниями, либо творчеством в чистом виде. Первыми, кому удалось получить серьезный контракт на продвижение коммерческого бренда в своем творчестве, стала группа Run D.M.C., которая в песне «My Adidas» всячески воспевала обувь данной марки. Еще более значимый шаг в развитии треквертайзинга был сделан в 2007 году, когда популярная певица Fergie официально объявила о размещении в своих песнях и клипах бренда модной одежды Candle's (стоимость контракта составила \$3,7 млн).

В российском шоу-бизнесе одним из первых примеров треквертайзинга стала песня группы «Блестящие» «Апельсиновый рай» (2003 г.), которая полностью была выстроена под рекламную кампанию сока «Чемпион». По мнению специалистов, это сотрудничество стало крайне удачным для обеих сторон. Что касается непосредственно эффективности продвижения бренда «Чемпион», можно отметить несколько факторов: во-первых, была правильно выбрана группа, пользующаяся популярностью у целевой аудитории продукта; во-вторых, «Блестящие» гарантировали бренду хотя бы минимальное попадание на радио и музыкальные каналы. В-третьих, слоган «Стоит только захотеть» и сопровождающий его музыкальный рефрен очень правильно обыгрывались в рекламном

ролике, который шел одновременно с клипом. В-четвертых, в рекламном ролике было использовано видео из клипа, что дало отличное пересечение ролика и клипа [2, с.156].

В настоящее время рекламный рынок переживает настоящий бум треквертайзинга, когда за короткое время появилось огромное количество роликов, которые можно назвать как музыкальными клипами, так и полномасштабной рекламой. Среди самых заметных «западных» примеров – клип Бейонсе для H&M, The FIAT Song певицы Арианны и рэппера Питбуля, а также партнерство Volvo с музыкантами из Swedish House Mafia. Но безусловным лидером среди коллег является колумбийская звезда Шакира с композицией «La-La-La», ставшей официальным «саундтреком» рекламного ролика Activia.

Клип на данную композицию снят в футбольной тематике, так как был приурочен к Чемпионату мира в Бразилии. Непосредственно название бренда Activia едва упоминается в начале и конце. Клип был выпущен 22 мая 2014 года, и уже через два месяца стал самым популярным рекламным роликом в Сети. По данным маркетингового агентства Unruly этим музыкальным видео пользователи Facebook, Twitter и блогосферы в целом поделились 5 375 756 раз (до этого момента уже около трех лет лидером в Сети был рекламный ролик Volkswagen «The Force», снятый в поддержку Супер Кубка – им в Интернете поделились всего 5 372 945 раз). По мнению специалистов, не только оригинальность клипа, но и популярность самой Шакиры (она стала первым человеком, набравшим 100 млн. лайков на Facebook), во многом обеспечила рекламной кампании Activia успех [4].

Чем же обуславливается секрет успешности и эффективности треквертайзинга? Во-первых, реклама в клипах не так навязчива, как реклама, использующая традиционные каналы распространения, и, следовательно, вызывает меньше раздражения у потребителей.

Во-вторых, непосредственно сочетанием музыки и рекламы изначально является выигрышным приемом. Как показывают многочисленные исследования, наиболее популярной рекламой становится та, которая вызывает у аудитории сильные чувства. Эти сильные чувства (радость, грусть, веселье и пр.) и способна спровоцировать музыкальная композиция. При этом чем «прилипчивее» мелодия – тем лучше.

В-третьих, любое новое творение звезды привлекает внимание поклонников, заставляет смотреть, слушать, обсуждать (в том числе и рекламный контент). Плюс, те положительные эмоции, которые человек испытывает к кумиру, автоматически переносятся на продвигаемый этим кумиром бренд.

И, в-четвертых, сегодня пользователи в Сети активно делятся музыкальными клипами, что обуславливает высокую «вирусную» эффективность от треквертайзинга.

Уровни треквертайзинга:

интегрирование бренда в вербальный ряд музыкального произведения (проще говоря – в текст песни). Актуальный пример из практики российского шоу-бизнеса – трек певицы Валерии «Чашка чая «Bernley» (2014 г.):

Чашка чая «Bernley», дело было в Берне,

Где влюбилась невзначай не в тебя.

А дальше были камни рейсом из Милана.

Ты везде меня встречай – мой хороший, мой любимый чай.

интегрирование бренда в видеоряд музыкального клипа.

Например, еще в клипе Стинга на песню *Desert Rose* (1999 г.) активно демонстрируется машина *Jaguar* и видеокамера *Sony handycam*. В 2013 году американская R&B-певица Бейонсе снялась в клипе для бренда одежды *H&M*. Пляжное видео, в котором певица проанонсировала свою новую песню «*Standing on the Sun*», стало продолжением рекламной кампании новой коллекции купальников (чуть ранее звезда представила линию купальников на снимках фотосессии). В клипе Бейонсе появляется в открытых и закрытых купальниках черного, голубого, синего цветов, танцует на пляже, купаясь в море и загорая на солнце. При этом до самого конца видео не похоже на рекламный ролик: Бейонсе в кадре просто поет и танцует. И только на последних секундах, когда перед зрителем возникает логотип *H&M*, становится ясно, что это промовидео.

третий уровень треквертайзинга – это вариант, когда музыкальная композиция, в которой бренд открыто не упоминается, становится официальным саундтреком рекламной кампании. Сюда мы отнесем уже упоминаемый сингл Шакиры «*La-La-La*», ставший официальной мелодией рекламы *Activia*. Еще один пример – совместный трек певицы Арианны и Питбуля «*Sexy People*» (2013 г.). Композиция на мотив песни «*Вернись в Сорренто*» (*Torna a Surriento*) была специально записана для рекламы автомобиля *Fiat*

500. И хотя бренд Fiat ни разу в тексте песни не упоминается, «Sexy People» неофициально называется «Fiat song».

Таким образом, сегодня можно с уверенностью говорить о том, что треквертайзинг представляет собой мощнейший коммуникационный инструмент. Треквертайзинг наглядно демонстрирует, как изменился подход брендов к рекламе. Сегодня компании-производители все чаще стараются завоевать внимание целевой аудитории не посредством традиционных каналов, а путем инновационных стратегий и креативного сотрудничества с представителями различных субкультур. Поэтому неудивительно, что изначально в США, а теперь уже и в России появляются агентства, специализирующиеся на продвижении брендов в контенте шоу-бизнеса.

Библиографический список

1. Unruly: 7 трендов в видеорекламе на 2014 год. URL: <http://mmr.ua/news/id/unruly-7-trendov-v-videoreklame-na-2014-god-37962> (дата обращения: 14.03.2015)

2. Берёзкина О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы / О.П. Берёзкина. – СПб.: Питер, 2009. – 208 с.

3. Киселева П.А. Product placement по-русски / П.А. Киселева. – М.: Вершина, 2008. – 152 с.

4. Клип Шакиры стал самым популярным рекламным роликом в Сети. URL: <http://www.advertology.ru/article124695.htm> (дата обращения: 14.03.2015).

5. Крупным планом: Алексей Шушлебин, Media Buying Director КГ MOV!E. URL: <http://adindex.ru/publication/hr/dayman/2014/09/24/115437.phtml> (дата обращения: 14.03.2015).

6. Россияне теряют интерес к рекламе. URL: <http://adindex.ru/news/marketing/2014/09/30/115583.phtml> (дата обращения: 2.03.2015)

АНАЛИЗ ГАЗЕТ «ДЕНЬ», «ЗЕРКАЛА НЕДЕЛИ» И «2000» НА ПРЕДМЕТ РОССИЙСКО-УКРАИНСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Гоцур О. И.

Львовский национальный университет им. Ивана Франка

Актуальность проблемы исследования обуславливают несколько факторов. Во-первых, Российская Федерация является не только большим соседом Украины, но и экономическим и политическим партнером. Во-вторых, в силу исторических и современных политических обстоятельств вопрос внешнеполитической ориентации Украины на российский вектор всегда был актуальным в исторической и публицистической сфере. В-третьих, геополитическое позиционирование Украины на глобальном уровне происходит в ключе «Запад-Восток», под которым идейно концептуализируется понимание «Европа-Россия». И именно в связи с этим парадигма пророссийской геостратегии Украины имеет право на жизнь.

Актуальность вопроса вызывает необходимость выполнения следующих задач: 1) выделить основные идейно-концептуальные основы раскрытия внешнеинтеграционной проблематики в прессе; 2) проследить определенные тенденции в отражении пророссийского вектора развития Украины.

Историография вопроса. Вектор геостратегии Украины на Россию в своих трудах в частности рассматривали А. Дугин [1], А. Баган [2], П. Савицкий [3], И. Шаров беда [4], В. Петровский [5] и другие. Также российско-украинские отношения в разные исторические времена стали предметом исследования в М. Сергеева, который придерживается точки зрения, что Украина и Россия должны существовать как независимые государства и быть равноправными партнерами [6, с. 31–39]. По его мнению, Россия в отношении Украины видит себя только империей: «Парадокс заключается в том, что без Украины Россия перестанет быть империей, но не быть империей она еще не сможет» [6, с. 35]. Подобные мысли также в трудах П. Штепы «Московство: его происхождение, содержание, формы и историческая преемственность» [7], А. Гринева «Украина и Россия: партнерство или противостояние? (Этнополитические анализ)» [8], А. Гнатюк «Прощание с империей» [9], А. Михника «Историческая политика: российский вариант» [10], И. Дьяка «Украина-Россия (История и современность)» [11].

Источника базу освещения проблемы составлять публикации известных всеукраинских периодических изданий «День», «Зеркало недели», «2000» за период 2005–2006 годы. Выбор указанных изданий обусловлены не столько популярностью, а скорее их авторитетности в интеллектуальных и деловых сегментах общества. Украинский общественно-политический еженедельник основан в 1994 году под названием «Зеркало недели» выходила сначала на русском языке, но впоследствии, с 2002 года, выходит на двух языках: русском и украинском. Начиная с 2001 года на своей веб-странице издание публикует ведущие статьи на английском языке. Периодическое издание принадлежит к качественным изданиям, которое читает по некоторым подсчетам только 5% национальной аудитории, что свидетельствует об ограниченном информационное воздействие.

Газета «День» основана в 1996 году, ее владельцем является «Украинская пресс-группа», а главным многолетним редактором Лариса Ившина.

В хронологическом плане газета «2000» по сравнению с изданиями «Зеркало недели» и «День» основана позже – только в 1999 году. Главной редактором и заодно издателем является Сергей Кичигин. Специфика еженедельника заключается в том, что он выходит в одной двуязычной версии, при этом обычно материалы журнала являются русскоязычными, реже – украиноязычными.

Рассмотрение пророссийской парадигмы развития Украины предстает в нескольких аспектах.

Первый аспект заключается в следующей тенденции освещения проблемы: только союз с Россией и Белоруссией может спасти Украину от Евросоюза. Такой взгляд, в частности, выражает М. Михайленко в статье «Глобализация с РФ или без»: «Имею надежду, что все мы будем жить в Союзе, где знают, что Днепр катит свои волны по территории трех, а не одной страны» (2000. – 2006. – № 4.). Для осуществления плана присоединения Украины к такому Союзу, по мнению, М. Михайленко, нужна Россия, которая сможет быстрее спасти Украину от Евросоюза.

Публицист Ю. Антухтин в статье «Какая национальная идея нам нужна» пишет о двух братских народа в контексте создания национальной идеи (2000. – 2005. – № 48.). Национальная идея должна основываться на концепции двух братских народов, потому что «в цивилизационно плане - мы два братских народа, Которые обречены развиваться совместно, так как у нас общая история и общие великие де-

ла, Восходящие к нашему дому, – Киевской Руси».

Когда А. Дугин в своем фундаментальном труде «Основы геополитики. Геополитическое будущее России» говорит о том, что на современном геополитическом этапе главными врагами России является НАТО и Запад [1], то российский политтехнолог А. Окара утверждает, что в 2006 году Россия создала себе новый образ врага – Украина [12]. Закономерно, что продовольственная и газовый кризисы ухудшили отношения Украины с Россией. Но как ни парадоксально, это стало не основной причиной в формировании образа врага. По мнению А. Окара, России, как и любой другой стране необходим этот образ для консолидации нации. А «делать полноценного врага из Америки стало опасно». И сегодня России хотелось бы не так иметь Украину как государство-сателлит, как иметь контроль над ее «трубой», то есть над энерготранзитной системой. Поэтому в современной риторике становится неактуальной идея славянского братания. Ее, по словам политтехнолога, используют только откровенные маргиналы: «Официальные власти давно так не говорят. Лишь иногда – когда дело касается Беларуси» [12].

Предложенная в 2003 году концепция создания Европейского экономического пространства (ЕЭП) также имела свое отражение в прессе. Основной целью интеграции в ЕЭП, как предполагалось, должно было стать достижение этими государствами так называемых «четырех свобод»: свободного перемещения капитала, свободного перемещения товаров, свободного перемещения трудовых ресурсов и услуг, унификация ставок таможенного тарифа. Конечный этап экономического сотрудничества – внедрение на территории ЕЭП единой валюты. Стоит заметить, что для каждой из участвующих сторон Пространство есть выгодное по-своему. Так, для России важнейшим является свобода перемещения капитала. Казахстан заинтересован в интеграции учитывая тесную взаимосвязь с рынками Содружества. Известно, что 80 % товаров и услуг, вывозимых из Украины, могут сбываться только на рынке СНГ, а вступление нашего государства в ЕЭП может упростить и увеличить ее экспортные возможности. Нужно заметить, что Президент Украины Л. Кучма поддержал идею ЕЭП и как результат – соглашение о его создании ратифицировали в парламентах синхронно в Киеве и в Москве 19 апреля 2004 году.

После Оранжевой революции России и пророссийски настроенным интеграторам в Украине стало понятно, что ЕЭП перестает

быть актуальным для новой политической власти Украины, ведь государство провозгласило курс на Европейский Союз. В связи с этим появляется *второй аспект* тенденции освещения проблемы: присутствие Украины в двух экономических пространствах: ЕЭП и ЕС – просто невозможно. Противоречие Союза и пространства обосновывает Т. Ковтых в статье «Движение на месте»: «Когда сегодня чиновники говорят о том, что надо идти дальше, чем зона свободной торговли в рамках ЕЭП, то далее Таможенный союз. Второй момент – адаптировать украинское законодательство одновременно с нормами, которые существуют на постсоветском еэповском пространстве, и в Европейских нормах практически невозможно. Ведь, например, российское экономическое законодательство и торговая база во многом противоположные законодательству Европейском» (День. –2005. – № 25.).

Россия, как инициатор создания и функционирования ЕЭП, по мнению международного обозревателя «Зеркала недели» Т. Сылиной, имеет два глобальные задачи. Во-первых, помешать Украине присоединиться к Всемирной торговой организации (ВТО). Второе – «не допустить интеграции Украины в Европейском направлении». Публицист критикует интеграционную политику новой власти. Если Виктор Ющенко и его команда, будучи в оппозиции к режиму Леонида Кучмы, твердо были уверены в том, что соглашение по ЕЭП – предательство национальных интересов, то нынешняя «новая власть не знает, что ей делать с ЕЭП». Весной 2005 года было заявлено о новом формате участия Украины в ЕЭП. Концепция такого формата основывается на участии Украины в ЕЭП по тем статьям, которые не противоречат Конституции Украины. Это, по мнению Т. Сылина, «на самом деле древняя надежда на то, что может все само как-то рассосется. Это стыдливая маскировка отсутствия политической воли и смелости в отстаивании национальных интересов Украины» [13].

Кардинально противоположное представление о ЕЭП должно М. Михайленко, который утверждает мысль о ривносилля ЕЭП и ЕС в статье «Идем ли мы в Европу» (2000. –2005. – № 24.). На вопрос «Что такое ЕС?» Он отвечает: «Это гниющая, распадающаяся Европа». А «что такое ЕЭП?» – ЕЭП является своеобразным спасением «от распада, жадности, что ждет ЕС». Миссия Пространства публицист определяет так: «ЕЭП – это шанс для постсоветских стран в долгосрочной перспективе выйти на уровень равноправного

взаимодействия с ЕС». Выбор Украины между ЕЭП и ЕС обусловлено выходом из антагонизма «Или остаться Центром Европы, или превратиться в периферию Евросоюза».

Подобные антагонистические позиции отстаивает С. Лозунько на страницах газеты «2000» в статье «Интеграция» в ... «серую зону» (2000. – 2005. – № 48.). По его мнению, участие Украины в ЕЭП – это был шанс для Украины не оказаться в «серой зоне», «мимо которой проходят Интеграционные процессы, и получить реальные возможности для дальнейшего экономического роста, но «оранжевый» Киев выбрал себе роль «младшей сестры» (если не сказать «падчерицы») Запада».

Язык и культура являются также важными факторами в процессе интеграции. И это *третий аспект* тенденций в освещении внешнеполитической ориентации Украины. Это подчеркивает в газете «День» Джеймс Мейс: «Россия – прекрасная страна, где живут хорошие люди, где много всего хорошего. Однако интеграция Украины в Россию, в том числе интеграция Киева, города, известного как «мать городов русских», может означать одно: Украина получит статус второстепенной державы и будет выполнять послушно указания «старшего брата», при этом ее язык и культура обогащать русский наследство (как это в свое время сделал Гоголь), но сами не смогут обогащаться» [14].

На страницах газет «День», «Зеркала недели» и «2000», часто в 2005–2006 годы активно поднимается проблема двуязычия. Нужно подчеркнуть активной позиции по этому вопросу еженедельника «2000», который даже высказывал обвинения Запада во всех тех «бедах» с украинским языком: «Запад, – пишет С. Лозунько в статье «О «спекулянтам» и «полить кантах». Кто и почему боится русского языка?». – Не Взирая на то что нарушение прав языка есть нарушением прав человека, только молчит, когда речь идет о правах русскоязычных граждан» (2000. – 2006. – № 18.).

О нецелесообразности приоритетной защиты русского языка говорит публицист А. Пахлевская в статье «Русский язык и демократия: нерешенная дилемма истории», а тем более о ее установки как второго государственного языка Украины. «Безусловно, – утверждает публицист, – русский язык нужно защищать. Но русский язык нужно защищать от попыток использовать этот язык как инструмент неоимперской экспансии, ксенофобского насилия и люмпенизированной сознания» (День. – 2005. – № 12.).

Проанализировав освещение в публицистике газет «День», «Зеркало недели» и «2000» вопроса внешнеполитической ориентации Украины, можно сделать следующие выводы. Во-первых, Украина географически расположена возле России, поэтому Украина обязательно должна поддерживать с ней соседские отношения. В то же время добрососедство должно строиться прежде всего на защите украинских национальных интересов.

Во-вторых, пресса производит пророссийскую геостратегическую парадигму Украины в нескольких аспектах: социально-экономическая составляющая необходимости поддержки такой парадигмы; политическая составляющая в контексте рассмотрения ЕС-ЕЭП; культурно-гуманитарная составляющая решения проблемы внешнеполитического позиционирования Украины.

Библиографический список

1. Дугин А. Основы геополитики. Геополитическое будущее России. – М., 1997.
2. Баган О. Передмова // Донцов Д. Твори: Т.1. Геополітичні та ідеологічні праці. – Львів, 2001. – С. 34–84.
3. Савицкий П. Континент Евразия. – М., 1997.
4. Кульбіда І. Україна і Росія: історичні уроки міждержавних відносин. / Ред.-упоряд. Г. Мокрицький. – Житомир, 2002.
5. Петровський В. Україно-російські взаємини в сучасній західній науковій літературі (1991-2001). – Харків, 2003.
6. Сергеев М. В. Україна – Росія: вибір шляхів розвитку (філософсько-історичний аспект) / М. В. Сергеев // Нова парадигма: [журнал наукових праць] / Голов. ред. В. П. Бех; Національний пед. ун-т імені М. П. Драгоманова; Творче об'єднання «Нова парадигма». – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 91. – С 31-39.
7. Штепа П. Московство: його походження, зміст, форми й історична тяглість / Петро Штепа. – Вид. четв. – Дрогобич. – Львів, 2003.
8. Гринів О. Україна і Росія: партнерство чи протистояння? (Етнополітологічний аналіз) / О. Гринів. – Львів, 1996. – 384 с.
9. Гнатюк О. Прощання з імперією: українські дискусії про ідентичність / Ольга Гнатюк. – К., 2005. – 528 с.
10. Міхнік А. Історична політика: російський варіант / А. Міхнік. – К., 2006. – 23 с.
11. Діак І. Україна-Росія (Історія і сучасність) / І. Діак. – Київ : ВАТ «Книжкова друкарня наукової книги», 2001.
12. Богуславська А. Андрій Окара: «Росії потрібен новий образ ворога, й вона обрала для цього Україну» // Україна Молода. – 2006. – № 52. – 22 берез.

13. Силіна Т. Віктор Ющенко: угода щодо ЄЕП – зрада національних інтересів України // Дзеркало тижня. – 2005. – № 20.

14. Мейс Дж. Євразійський синдром // День і вічність Джеймса Мейса / За ред. Л. Івшиної. – Вид. перше. – К., 2005. – С. 224.

АНАЛИЗ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ТЕЛЕКАНАЛОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Лапшин М. И.,

*Северо-Казахстанский государственный университет имени М.
Козыбаева*

(г. Петропавловск, Республика Казахстан)

Производство телевизионных информационных программ Северо-Казахстанской области обеспечивается работой двух ведущих компаний – Северо-Казахстанского областного филиала РТРК АО «Қазақстан» (Программа «Ақпарат») и муниципального телерадиоканала акимата («Новости МТРК»). Использование вербальных и невербальных средств определяет специфику и структурные особенности видеосюжета и информации в целом. По определению, высказанному Шестеркиной Л.П., *«Видеосюжет – это лаконично изложенный авторский репортаж, основой которого является какое-либо общественно значимое событие, явление, тема, обладающая информационным поводом»* [1].

Согласно специфике регионального телевидения, под понятием «видеосюжет» рассматривается элемент информационной программы, не требующий классического определения, т.к. видеосюжет (не только лаконичный репортаж) является основным элементом информационной программы, и зачастую журналисты-практики регионального телевидения называют сюжетом любой репортаж, имеющий авторское начало и предусматривающий детальное освещение события. Поскольку природа репортажа, по большому счету, субъективна, то видеосюжет следует считать иногда единственным элементом региональных информационных программ. Информационная программа регионального телевидения с точки зрения информативности может рассматриваться в особом аспекте, а также иметь свою специфику, и, по

выдвигаемой нами гипотезе, не являться информационной в традиционном понимании современной теории телевизионного процесса.

В ходе данного исследования использованы тексты и файлы видеосюжетов вышеуказанных телеканалов в период с 1 ноября 2014 г. по 1 мая 2015 г.

Звучащее в эфире слово является основной единицей взаимодействия политических и общественных установок телеканала с тождественными характеристиками социума, в частности, с целевой аудиторией. Рассмотрим основные и определяющие принципы освещения информационного процесса в контексте использования вербальных коммуникативных средств.

Прежде всего, текстовая информация должна быть понятной телезрителю и не вызывать двойственного восприятия, поскольку текст информационного сюжета направлен на «сиюминутное» восприятие и информация, предлагаемая телеканалом массовому реципиенту, должна быть достаточно конкретизирована. Однако зачастую конкретные факты могут являться избыточными (текст с официального сайта МТРК): «Поставил будильник, чтобы прийти в университет. Мы голосуем за наше будущее, за нашу страну» [2]. У аудитории бытовой элемент сюжета и вызвал бы причастность к происходящему, однако данный факт информационно является излишним.

Следует удерживать внимание целевой аудитории на каком-либо освещаемом предмете. Как считает Кочетков А.В., «результатом этого становится рост популярности телеканала: внедрением некоторых инноваций или же особенностями подачи текстовой информации телеканал проводит политику осуществления процесса PR» [3]. Так, при проведении конкурса среди журналистов корреспондент телеканала **«Қазақстан» поздравляет с получением награды сотрудников именно данного телеканала.**

Как правило, журналист может не включать в текст данные об источнике информации, руководствуясь правилами профессиональной этики и действующего законодательства. Согласно закону Республики Казахстан «О средствах массовой информации» (ст.20), журналист имеет право *«на сохранение тайны авторства и источников информации, за исключением случаев, когда эти тайны обнародуются по требованию суда»* [4].

Источники сообщения в региональном масштабе, как правило, указаны. В ходе исследования 10 сюжетов муниципального телера-

диоканала и такого же количества сюжетов СКОФ РТРК АО «Қазақстан» различных тематических направлений нами не было найдено ни одного анонимного источника.

Согласно рекомендациям специалистов медиаэфира, использование конструкций, указывающих на возвратность и безличность действия, также должно быть сведено к минимуму. Рассмотрим следующий фрагмент информационного сюжета: «На сегодняшний день североказахстанцы задолжали банкам около 18 миллиардов тенге. И это только ипотечные кредиты. Многие по той или иной причине не в состоянии своевременно покрыть долги. Специально для них на днях в стране была разработана масштабная программа по рефинансированию жилищных займов» [2]. В данном примере наблюдается использование страдательного залога («программа была разработана»). Отметим, что в количественном соотношении страдательный залог в 10 материалах Муниципального телеканала используется 4 раза, а в тексте информационных сюжетов СКОФ РТРК АО «Қазақстан» - 5 раз. Это, на наш взгляд, не нарушает данной рекомендации. По сообщению Головина Б.Н., «использование конструкций, указывающих на личное действие, во многом определяет динамичность и актуальность события» [5].

Библиографический список

1. Шестеркина, Л.П. Основы телевизионной журналистики Информационная программа: методические рекомендации [Текст] // Л.П. Шестеркина. - Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2004. – 32 с.
2. Сайт муниципального телерадиоканала акимата СКО// URL: www.mtrk.kz
3. Кочеткова, А.В., Филиппов, В.Н. Теория и практика связей с общественностью [Текст] // А.В. Кочеткова, В.Н. Филиппов. - СПб.: Питер, 2007. – 233 с.
4. Закон Республики Казахстан от 23 июля 1999 года № 451-І «О средствах массовой информации» // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1013966

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОБ ОТНОШЕНИИ К ПРОФЕССИИ ЖУРНАЛИСТА СРЕДИ СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ

Козякова Л. И., Евдокимов В. А.
Омская гуманитарная академия

Профессия журналиста была и остается для молодежи привлекательной, окутанной ореолом романтики. И тем не менее, современные молодые люди все чаще выбирают ее вполне осознанно, опираясь кто на знания, полученные в профориентационных школах журналистики, а кто на собственный опыт и наблюдения.

Проведенное нами анкетирование ставило цель выявить представления студентов младших курсов о выбранной ими профессии журналиста. Опрос был анонимным, в связи с чем можно рассчитывать на достаточно высокую степень откровенности. Вопросы – открытые, дают студентам широкое поле для творчества. Нами были опрошены 40 студентов 1 курса и 20 – второкурсников.

Анкету открывает вопрос о том, **какими профессиональными и личностными качествами, на взгляд опрашиваемого, должен обладать журналист.**

Студенты 1 курса назвали 87 критериев журналистского мастерства, студенты 2 курса – 69. Студенты-первокурсники выстраивают иерархию журналистских качеств следующим образом:

- коммуникабельность (52,5% опрошенных),
- любознательность, любопытство (40%),
- честность (30%),
- компетентность, толерантность (по 20%),
- грамотность (15%).

Кроме того, первокурсники считают важными для журналиста мобильность, наличие харизмы, трудолюбие, интеллектуальность, адекватность, смекалку, тактичность.

По одному человеку назвали такие качества, как способность заряжать позитивом, готовность к риску ради новости, честолюбие, бесстрашие, чувство юмора, готовность действовать по ситуации.

Есть такие высказывания: «Журналист должен быть любопытен, как человек, и рассудителен, как робот»; «Должен быть вежливым и улыбаться»; «Должен быть хамелеоном (в хорошем смысле)».

Второкурсники, в отличие от студентов 1 курса, вчерашних абитуриентов, уже имеют не только некоторый багаж знаний, но и получили определенный опыт в профессии: за их спиной – ознакомительная практика. Поэтому качества, необходимые для работы журналиста, выделяют несколько иные, более привязанные к профессии, основанные зачастую на саморефлексии. На 1 месте у второго курса по-прежнему

1. коммуникабельность – 50% опрошенных назвали это качество,
2. оперативность (первокурсники пока не знают, что это такое) – 35%,
3. мобильность и любознательность – по 25%,
4. ответственность и психологическая устойчивость – по 20%,
5. умение слушать и слышать – 15% опрошенных.

Второкурсники отмечают также, что журналистам необходим профессионализм, умение правильно формулировать вопросы, рассматривать любую проблему под разными углами, знание правил этики, нахождение общего языка с любым, раскрепощенность, амбициозность, ориентация в разных сферах современного мира. Называли даже такое качество, как наглость (2 чел.), у первокурсников звучало «настойчивость». Таким образом, у 2 курса профессиональные качества журналиста становятся более приоритетными, чем личностные, что связано, на мой взгляд, с получением их личного опыта в профессии.

Далее анкета предлагала подумать, **какими качествами обладает каждый из опрошиваемых**. Студенты 1 курса назвали 34 качества, 2 курса -21. Первокурсники считают, что им присущи:

Могут они, как считают сами, держать эмоции под контролем, рационально мыслить, обладают связной речью, терпением, добротой.

Есть и такой ответ: «Я обладаю эрудицией и обаянием, но журналист не обязан».

25 % первокурсников отметили, что они обладают всеми из перечисленных ими качеств, а 7,5 % затрудняются ответить: «Не могу себя судить».

Четвертая часть опрошенных студентов 2 курса также считают, что все названные ими качества есть в них самих.

Кроме того, умеют работать оперативно, ценят объективность, чувствуют собеседника, имеют пылливый ум, испытывают любовь к людям.

Есть и такие признания: «Не знаю, правда ли, но мне сказал интервьюируемый, что я обаятельная».

«Все зависит от ситуации». «Обладаю всеми плюсами привлекательная внешность».

Чтобы получилась объективная картина, студентам было предложено ответить на вопрос: **«Какими знаниями и навыками вам лично надо овладеть для освоения журналистской профессии?»**

Первокурсники, считают что им не хватает:

1. подкованности в профессиональных знаниях – 27,5 %,
2. грамотной речи (даже красноречия) – 17,5 %,
3. коммуникабельности, навыков общения – 15 %,
4. практики в написании материалов – 10 %,
5. навыков и знаний о технической части работы – 7,5 %.

Хотят они научиться находить подход к людям, умению манипулировать, приобрести острый, сочный язык, правильно ставить вопросы, умению держать себя в руках.

Задумываются уже студенты 1 курса над тем, что в ходе профессиональной подготовки им придется научиться делать усилия над собой:

– «Мне не всегда будет интересно писать о том, о чем хотят знать другие».

– «Мне надо изучить темы политики и спорта, которыми я не очень интересуюсь, но которые понадобятся в профессии».

Студенты 2-го курса среди недостающих качеств называют преимущественно те, которые пригодятся им в профессии:

1. Практические навыки работы, профессиональный опыт – 25 %,
2. глубокие знания системы СМИ – 10%,
3. отработать навыки написания журналистских материалов, аудио и видеомонтажа – 9 %,
4. знания узких терминов, умение находить информационные поводы – 7 %,
5. умение разговаривать человека, войти в доверие – 5 %.

10% второкурсников считают, что им нужно выработать в себе коммуникабельность, мобильность, стрессоустойчивость.

Всего студенты 1 курса назвали 29 качеств, которыми им необходимо овладеть, 2-го - 23 качества.

Следующий вопрос анкеты предлагал студентам **назвать наиболее известных и талантливых, на их взгляд, журналистов.**

Цель данного вопроса – узнавать, видят ли студенты в конкретном журналисте комплексное воплощение профессионально-личностных качеств.

На 1 место более половины опрошенных студентов 1 курса поставили:

1. Парфенова – 55 %.

Затем идут:

2. Малахов Андрей – 32,5 %,

3. Гордон – 17,5%,

4. Политковская – 15 %,

5. Познер – 10 %.

Характерно то, что из 42-х названных студентами персоналий большинство являются тележурналистами. Радует тот факт, что первокурсники знакомы с творчеством региональных журналистов, тоже кстати, работающих на телевидении. Студенты назвали своих кумиров. Это Блохин, Бедарев, Ионос, Зусик.

Студенты 2 курса назвали 26, на их взгляд, самых известных и талантливых журналистов.

Второкурсники с учетом полученных во время учебы знаний называют в качестве журналистского эталона Гилляровского и Тertyчного.

Из региональных журналистов 2 курс называет только Александра Бедарева.

Однако большинство студентов считают, что журналистика в целом далека от идеала. Об этом свидетельствует их большая активность при ответе на вопрос: **«Что вам не нравится в современной журналистике?»**

Не принимают студенты засилье «желтой прессы», стремление журналистов получить собственную выгоду, пренебрегая моральными и личностными ценностями, малоразвитое местное и региональное телевидение, беспринципность журналистов и то, что журналистов убивают.

Студенты 2 курса критикуют:

1. Обилие «желтой» прессы – 20 %,

2. Многие пишут неправду – 10 %.

Далее идут (все по 5% опрошенных): пафос, однобокое изложение фактов, безответственность авторов, гламурные необразованные журналистки, проблемы с написанием и подачей материала, ангажированность, то, что скорость распространения информации

стала важнее ее качества.

Один из опрошенных, отвечая на данный вопрос, поделился своей мечтой: «Хотелось бы стать одним из тех журналистов, которые будут славиться именно честностью и острым языком».

10% второкурсников указали, что им «все нравится», «все устраивает».

Предлагалось в анкете выразить студентам собственное мнение о том, **какие СМИ они считают наиболее перспективными и в каком виде СМИ хотели бы работать сами?**

Результаты обработки анкет оказались весьма любопытными.

Так, студенты 1 курса самыми перспективными считают Интернет-СМИ (57,5 %), однако работать в них хотели бы всего 15 %, да и то, объясняя это подобным образом: «Чтобы сидеть дома», «журналист сохраняет анонимность, не теряя эффективности»(утверждение достаточно спорное, поскольку анонимность в журналистике не приветствуется).

Работать в газете хотели бы 22,5 %(есть и такое объяснение(«потому что на TV много пакостного»), в журналах-17,5 %, в спортивное печати и в КП-по 2,5 %, 10% студентов 1 курса еще не определились, главное-мечта детства о журналистике имеет все основания сбыться.

Студенты 2 курса считают самыми перспективными средствами массовой информации Интернет-СМИ-90% опрошенных («это доступно и удобно, за это не нужно платить», -объясняет один из опрошенных). Однако работать в Интернет-СМИ хотели бы всего 15 % будущих журналистов.

Телевидение представляется перспективным для 65 % опрошенных,60 % хотели бы работать там. При этом особо выделили телеканал «Дождь», I канал.

Печать перспективной считают 25 %опрошенных второкурсников, выделяя конкретные издания: «КП», «Известия», журнал «Русский репортер», «Глянцевый журнал». Работать в печатных СМИ хотели бы 20%(одно из объяснений: «Писать для меня легче, чем говорить», один человек мечтает о публицистике.)

Работать на радио мечтают 15 % опрошенных, хотя ни один из них не назвал радио в числе перспективных.

И наконец: «Журналистика-это одно из нужных направлений в жизни. **Без нее никак»(1курс).**

В целом исследование показало, что студенты младших курсов

имеют четкое представление о своей будущей профессии, серьезно задумываются о своем месте в ней, видят достоинства и недостатки журналистики. Их представления не лишены романтического налета, но им не чужд аналитический подход к осмыслению профессии. Кроме того результаты проведенного социологического исследования демонстрируют необходимость адаптации вузовского медиаобразования к потребностям медиарынка.

ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПОДРАЖАНИЯ, ПРИНЯТИЯ И ОСВОЕНИЯ РОЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ СПО- СОБНОСТЕЙ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Карпова Л. Г.

Омская гуманитарная академия

Сегодня изучение творческих способностей и психологических механизмов развития творческих способностей становится одним из приоритетных направлений. Это связано с тем, что актуализация данного феномена может повысить качество любых общественных реформ, выступая при этом противовесом регрессивным линиям развития общества. Мы разделяем точку зрения Е. Л. Яковлевой, которая отмечает, что быть постоянно изменяющимся в изменяющемся мире – это и есть проявление неповторимости через развитие творческих способностей [4].

Ведь не секрет, что каждый человек по-своему уникален, однако большинство людей стремятся действовать по заранее заданным программам, отсюда, предсказуемость поведения и неумение найти ответы на поставленные вопросы. Следовательно, важно развивать творческие возможности человека уже с детства, в частности, отметим период поступления ребёнка в школу, поскольку в этот период происходит закладка фундамента, включающая в себя открытость опыту, чувствительность ко всему новому, новым знаниям, импровизации, повышенный эмоциональный позитивизм к своим и чужим творческим удачам, желание создавать творческий продукт.

Однозначной интерпретации термина «творческие способности» в психологической науке нет. Мы опираемся на позицию Б. М. Теплова и рассматриваем творческие способности как совокупность индивидуально-психологических особенностей человека, которые развиваются на основе творческих задатков и обеспечивают успешность осуществления различных видов деятельности [3].

Младший школьный возраст представляет собой качественно особый период в жизни ребёнка, когда происходит развитие всех психических процессов, особенно мышления, происходит пере-

стройка всей системы отношений ребёнка с действительностью, изменяется статус ребёнка, ведущей его деятельностью становится учебная. Однако развитие исследуемого феномена у учащихся данного возраста может сдерживаться традиционным обучением. В рамках такого обучения младшие школьники вынуждены получать большой объём знаний, при этом характер обучения больше ориентирован на воспроизведение и усвоение стандартов, учебная деятельность строго регламентирована, в школе действует стандартная оценочная система, действуют различного рода ограничения и барьеры.

В то же время, если проводить занятия будет творческий учитель, то у детей появляется возможность развивать собственно творческие способности через психологический механизм подражания творческому взрослому.

Так что мы понимаем под развитием творческих способностей младших школьников? Это качественное изменение её структурных компонентов через включение ученика в различные виды деятельности, имеющих творческий характер. Данный феномен развивается в творческой деятельности с помощью различного рода психологических механизмов.

Кроме того, его действие способствует развитию мотивационному компоненту творческих способностей младших школьников, так как избирательность в отношении образцов для подражания возникает при желании ребёнка выполнить то, что он видит, желание заниматься творческой деятельностью, желание думать, рассуждать, самостоятельно создавать творческий продукт, проявлять свой интерес ко всему новому, оригинальному. Подражая творческому образцу взрослого, младший школьник включается в активные творческие взаимоотношения, происходит формирование новых мотивов деятельности.

Также данный механизм способствует развитию когнитивного компонента творческих способностей детей, так как при подражании творческому образцу младший школьник ассимилирует, усваивает и воспроизводит смысловые структуры, действия творческого образца в соответствии со своей умственной структурой и происходит изменения в когнитивной сфере. Подражание выступает как развёрнутый во времени процесс познания человека в творческой ситуации общения, где интеллект выступает своеобразной базой, определяющей проявление и развитие творческих способностей.

Всё это позволяет заключить, что рассмотренный психологический механизм вызывает изменения в эмоциональной, мотивационной, когнитивной сферах, а значит, способствует развитию исследуемого феномена.

Под механизмом принятия и освоения ролей мы понимаем выход ребёнка за пределы привычного, присвоение и обретение им особых свойств и качеств в процессе его воображаемого перехода в другого, направленное на преобразование творческого поведения и развития творческих способностей младших школьников.

Следовательно, механизм принятия и освоения ролей – это совокупность психических явлений и функциональных способов, направленная на присвоение и обретение ребёнком особых творческих свойств и качеств через проигрывание им новой роли, которая преобразует его творческое поведение и обеспечивает продуктивное развитие творческих способностей.

В психологическом словаре под общей редакцией Ю. Л. Неймера, механизм принятия и освоения ролей (механизм освоения роли) интерпретируется как одна из основных форм присвоения человеком социального опыта [2].

Механизм принятия и освоения ролей описывается в психологии в соотнесении с понятиями «социальная позиция» и «социальная роль». Младший школьник в процессе ролевой игры принимает нормы и правила, осваивает игровое пространство, и, заняв новую позицию, начинает выстраивать своё поведение в роли, сравнивая себя при этом с образцом или правилом, заключённым в роли. Следовательно, этот механизм обеспечивает ребёнку выход за пределы привычного и известного, расширяет спектр новизны, способствует открытию у него новых свойств и черт, преобразованию себя в новом аспекте, эффективному управлению своего поведения. Отсюда, под действием механизма принятия и освоения ролей у младшего школьника развиваются творческие способности.

При рассмотрении взаимосвязи между механизмами отметим, что механизм подражания и механизм принятия и освоения ролей имеют общие черты. Так, оба механизма действуют с раннего возраста, в основе того и другого лежит идентификация в связи с реализацией межличностного влияния, стремление воспроизвести творческий образец с реализуемой ребёнком социальной ролью. При этом ребёнок может отождествлять себя с новой ролью творчески, и тогда он сверяет сформированные у себя нормы поведения,

запас знаний, определённые действия с данными структурными элементами другого, что вносит коррективы и определяет творческую позицию, отражающую уровень развития творческих способностей.

Таким образом, развитие творческих способностей младших школьников может происходить под влиянием психологических механизмов подражания и механизма принятия и освоения ролей. Важно, чтобы в условиях школы работал творческий учитель, который будет всегда стремиться выходить за рамки традиционного обучения, к саморазвитию в профессиональном и личностном аспекте, уметь преобразовываться в зависимости от ситуаций и осваивать новые модели поведения, и стать для подрастающего поколения творческим образцом.

Библиографический список

1. Карпова, Л. Г. Развитие творческих способностей младших школьников во внеучебной деятельности [Текст]: дисс...канд. психол. наук: 19. 00. 07 / Л. Г. Карпова – Омск, 2011. – 215с.

2. Психологический словарь [Текст] / авт-сост. В. Н. Копорулина, М. Н. Смирнова, Н. О. Гордеева, Л. М. Балабанова: под общей редакцией Ю. Л. Неймера. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 640 с.

3. Теплов, Б. М. Способности и одарённость [Текст] / Б. М. Теплов / Хрестоматия по психологии / Под ред. А.В. Петровского.– М.: Просвещение, 1987. – С. 281-286.

4. Яковлева, Е. Л. Психологические условия развития творческого потенциала у детей школьного возраста [Текст] / Е. Л. Яковлева // Вопросы психологии. – 1994. – № 5. – С. 37-42

ВЛИЯНИЕ МАЛОЙ ГРУППЫ НА РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОЙ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ БУДУЩИХ ПСИХОЛОГОВ

Е. П. Щербаков

Омская гуманитарная академия

Большинство эмпирических исследований в социальной психологии выполнены на малых группах, и этому есть несколько причин. Большая часть жизни человека протекает в малых группах: в семье, игровых компаниях сверстников, учебных и трудовых коллективах, соседских, приятельских и дружеских общностях. Именно в малых группах происходит формирование личности, проявляются ее качества, поэтому личность нельзя изучать вне группы. Че-

рез малые группы осуществляются связи личности с обществом: группа трансформирует воздействие общества на личность, личность воздействует на общество сильнее, если за ней стоит группа. Статус социальной психологии как науки, ее специфика во многом определяются тем, что малая группа и возникающие в ней психологические феномены являются центральными признаками в определении ее предмета. Малые группы на протяжении всей истории социальной психологии являлись основным объектом эмпирических исследований, в том числе лабораторных экспериментов. Наконец, проблемы формирования и развития малых групп, групповых методов обучения, тренинга и психокоррекционного воздействия, совместной трудовой деятельности и руководства деятельностью малых групп традиционно являются одним из главных направлений приложения теории и методов социальной психологии в практике.

Малые группы выступают объектами исследования не только социальной психологии, но и социологии и общей психологии. Основное различие в выделении предмета научного исследования здесь состоит в том, что социология изучает малые группы прежде всего с точки зрения их объективных социальных признаков, обезличенных и депсихологизированных. В общей психологии группа рассматривается как фактор, влияющий на поведение индивида и особенности его психических процессов и состояний. Социальная психология изучает психологические явления, которые возникают в процессе общения и взаимодействия между людьми в малых группах и характеризуют не отдельных индивидов, а взаимосвязи и взаимоотношения между этими индивидами, между индивидами и группой и саму малую группу как целое.

Выделение малых групп как специфических человеческих общностей (в отличие от больших групп и от выделяемых в последнее время средних по величине общностей) предполагает решение вопроса о количественных границах малой группы. Количественные признаки малой группы – ее нижние и верхние границы – определяются качественными признаками малой группы, основными из которых являются: контактность — возможность каждого члена группы регулярно общаться друг с другом, воспринимать и оценивать друг друга, обмениваться информацией, взаимными оценками и воздействиями и целостность — социальная и психологическая общность индивидов, входящих в группу, позволяющая воспринимать их как единое целое.

За нижнюю границу размеров малой группы большинство специалистов принимает три человека, поскольку в группе из двух человек — диаде — групповые социально-психологические феномены протекают особым образом. Верхняя граница малой группы определяется ее качественными признаками и обычно не превышает 20-30 человек. Оптимальный размер малой группы зависит от характера выполняемой совместной деятельности и находится в пределах 5—12 человек. В меньших по размеру группах скорее возникает феномен социального пресыщения, группы большего размера легче распадаются на более мелкие микрогруппы, в рамках которых индивиды связаны более тесными контактами. В этой связи принято выделять группы первичные, то есть наименьшие по размеру и далее не делимые общности, и вторичные группы, формально представляющие собой единые общности, но включающие в себя несколько первичных групп.

Малые группы являются основным объектом лабораторных экспериментов в социальной психологии. Поэтому необходимо различать группы искусственные (или лабораторные), специально создаваемые для решения научных задач, и естественные группы, существующие независимо от воли исследователя (рис. 1).

Психолог должен иметь четкое представление, на каких объектах, в каких условиях (естественных или искусственных) получены те или иные факты и закономерности и в какой степени приложимы (релевантны) знания, полученные в искусственных условиях, к объяснению, прогнозированию и управлению психологическими явлениями и поведением в естественных социальных группах.

Среди естественных малых групп наиболее важным представляется выделение групп формальных и неформальных, предложенное Э.Мэйо. **Формальные группы** — *группы, членство и взаимоотношения в которых носят преимущественно формальный характер, то есть определяются формальными предписаниями и договоренностями.* Формальными малыми группами являются прежде всего первичные коллективы подразделений социальных организаций и институтов. *Организационные и институциональные малые группы* представляют собой элементы социальной структуры общества и создаются для удовлетворения общественных потребностей. Ведущей сферой активности и основным психологическим механизмом объединения индивидов в рамках организационных и институциональных, малых групп является совместная деятельность,

Неформальные группы — объединения людей, возникающие на основе внутренних, присущих индивидам потребностей в общении, принадлежности, понимании, симпатии и любви. Примерами неформальных малых групп являются дружеские и приятельские компании, пары любящих друг друга людей, неформальные объединения людей, связанных общими интересами, увлечениями (рис. 2). Формальные и неформальные группы различаются прежде всего по механизмам их образования и по характеру межличностных взаимоотношений. Однако, как и любая классификация, деление групп на формальные и неформальные является достаточно условным. Неформальные группы могут возникать и функционировать в рамках формальных организаций, а группы, возникшие как неформальные, на определенном этапе могут приобретать признаки формальных групп.

Формирование малой группы. Психологические проблемы формирования и особенно развития малых групп исследованы в меньшей степени, чем их структурные характеристики. Это связано с тем, что изучение динамики протекания социально-психологических явлений в естественных группах представляет собой сложную исследовательскую задачу. Кроме того, динамические процессы в малых группах, относящихся к различным классам, имеют существенные различия (например, в трудовых коллективах, семьях или дружеских компаниях). Наконец, в отечественной психологии все советский период проблема развития группы ставилась и решалась в излишне идеологизированной форме, исходя из представлений о некоем эталоне развития группы (коллективе высокого уровня развития), поступательное продвижение к которому представлялось отличительной особенностью развития коллективов в условиях социалистического общества. Поэтому изучение реальной динамики жизнедеятельности естественных групп в современном обществе остается актуальной проблемой социальной психологии.

Психологические механизмы формирования (возникновения, образования) малых групп могут существенно различаться в зависимости оттого, о каком классе групп идет речь. Образование *формальных групп*, выступающих структурными элементами социальных организаций и институтов, происходит, как правило, вне прямой связи с потребностями и желаниями людей объединиться именно в рамках данной конкретной группы. В этом случае более правильно говорить о механизмах вхождения или включения инди-

видов в формирующуюся или уже существующую группу. К числу таких механизмов относится, в первую очередь, привлекательность данной конкретной группы для индивида.

Неформальные группы, напротив, образуются преимущественно на основе потребностей индивидов в общении, участии, принадлежности и т.д. Поэтому в их возникновении большую роль играют психологические механизмы эмоциональной привлекательности, психологической совместимости индивидов. К числу более универсальных психологических механизмов, способствующих объединению людей в малые группы и формированию психологической общности, относятся механизмы взаимного влияния в процессе общения: *подражание, внушение, эмпатия, идентификация*.

Учет социально-психологических факторов при формировании первичных коллективов является важной практической задачей. Результаты исследования В.П.Познякова (1991) показали, что в условиях изменения формы собственности на предприятиях взаимоотношения в малых группах, выступающих структурными подразделениями производственных организаций, могут складываться принципиально по-разному в зависимости оттого, формировались ли эти группы добровольно, с учетом желания работников вместе работать и хозяйствовать, или по формальному признаку. Если в первом случае совместная хозяйственная деятельность сопровождалась усилением групповой сплоченности и приверженности к своей группе, то во втором — наблюдалось усиление дезинтегративных тенденций вплоть до распада группы.

Библиографический список

1. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы, М., 1990.
2. Агеев В.С., Сыродеева А.А. Интегративные процессы в межгрупповом взаимодействии // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1984. № 2. С. 11-20.

ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И СТАТУС СОЦИАЛЬНЫХ РАБОТНИКОВ

Лучинин А.В., Вивчарук К.Г.

*Курганский филиал Уральского института экономики, управления
и права г. Курган*

Социальное обслуживание – это одна из основных гарантий, предоставляемых инвалидам и пожилым людям, однако, та система, которая есть на данный момент, требует реформирования. Сегодня она предусматривают только надомное, полустационарное, стационарное лечение для инвалидов, которым больше некому оказывать помощь, в этих же интернатах оказывают только необходимую медицинскую и бытовую помощь. Но стоит расширять различные виды подобных интернатов, с учетом богатого зарубежного опыта. Это могут быть подобные интернаты, но оказывающие помимо медико-бытовых услуг, обучение, и даже мастерские для работ, таким образом, можно сэкономить на затратах для квотирования рабочих мест, что удобно и для самих инвалидов, и для государства. Сегодня уже можно внедрять хосписы, которые предполагают оказание помощи смертельно больным людям, причем нахождение инвалидов в хосписе возможно с их родными, что помогает сэкономить на обслуживающем персонале, с другой стороны, в хосписах могут получить психологическую помощь не только сами больные, но и их родственники, ухаживающие за ними. Некоторые страны практикуют опыт сельского интерната, когда инвалиды переезжают в деревни и под контролем социальных и медицинских работников живут, учатся и работают – весьма положительный опыт, который реалистичен и не очень затратный.

Нашему государству следует использовать новые подходы в сфере социального обслуживания, в том числе и те, которые указаны выше. Но для начала Федеральный закон «О социальной защите инвалидов РФ» (далее – ФЗ «О социальной защите инвалидов РФ»)[1] нужно дополнить соответствующими нормами о социальном обслуживании, т.к. таких норм он не имеет. Думается, что эти нормы должны содержать вариативность в социальном обслуживании, как с учетом зарубежного опыта, так и с учетом собственных разработок.

Социальное обслуживание невозможно без социальных работников, в настоящее время в ФЗ «О социальной защите инвалидов РФ» и в ФЗ «О социальном обслуживании инвалидов и пожилых людей» [2] нет ни одной статьи, посвященной социальным работниками. В ФЗ «О государственной социальной помощи» нет ни одной статьи, посвященной социальным работникам. В ФЗ «Об основах социального обслуживания населения в Российской Федерации» имеется только понятие социального работника. В этой связи следует разработать целую главу в ФЗ «О социальном обслуживании инвалидов и пожилых людей», где закрепить понятие социального работника, их права и обязанности, ответственность и меры социальных гарантий.

Социальный работник – специалист, имеющий соответствующее образование, осуществляющий социальное обслуживание нуждающихся лиц.

Права социальных работников:

На уважение чести и достоинства социального работника;

На отдых, в соответствии с Трудовым кодексом РФ;

На справедливое вознаграждение, с учетом количества и качества выполняемой работы;

На информацию о своих служебных обязанностях;

На безопасный труд;

На получение образования, переподготовку, повышение квалификации;

На защиту своих прав в суде;

На профессиональную психологическую помощь.

Обязанности социальных работников:

Осуществлять социальное обслуживание населения;

Хранить профессиональную тайну.

Ответственность социальных работников:

Социальный работник несет ответственность за нарушения трудовой дисциплины в соответствии с Трудовым кодексом РФ;

Социальный работник несет ответственность за разглашение профессиональной тайны;

Социальный работник несет ответственность за иные правонарушения в профессиональной сфере.

Меры социальных гарантий для социальных работников:

Предоставление доплат за качественный труд;

Предоставление жилья нуждающимся работникам, прорабо-

тавшим не менее 5 лет;

Предоставление иных социальных льгот.

Реализация данных положений должна сделать работу социального работника более привлекательной, и повысить интерес к ней, как результат – качественный труд. Данный статус социальных работников обязательно должен найти закрепление в законодательстве, о чем мы говорили ранее, вместе с тем определение различных форм социального обслуживания приведет к более детальному регулированию настоящей проблемы.

Библиографический список

Федеральный закон от 24.11.1995 N 181-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 27.11.1995, N 48, ст. 4563

Федеральный закон от 02.08.1995 N 122-ФЗ (ред. от 25.11.2013) «О социальном обслуживании граждан пожилого возраста и инвалидов» // «Собрание законодательства РФ», 07.08.1995, N 32, ст. 3198.

К ВОПРОСУ О МОДЕРНИЗАЦИИ, МЕНТАЛЬНОСТИ И КОНСТРУКТИВНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

И.А. Костюк, Е.В. Костюк

Омская гуманитарная академия

Мы живем в эпоху, переживающую очередную фазу модернизации. В теории модернизации пониманию ментальности и менталитета отводится ведущая роль, что правомерно во всех отношениях. Успешность реформирования или сознательного влияния на жизнь predetermined наличием рефлектирующего слоя в стране, гражданам которой предстоит не просто жить в эпоху перемен, но и реализовывать их в жизни. Это возможно при условии: когда идеалы реформирования или не противоречат, в целом, национальной истории, или способствуют появлению рефлектирующего слоя или страты, живущей интересами культуры, открытой влиянию реформаторских идей.

Именно в этом ключе можно рассматривать контингент студентов заочной формы обучения по направлению подготовки «социальная работа». Студенты в группе разнятся и по возрасту, и по уровню подготовки, и по стажу работы по профессии – социальный работник. При этом часть обучающихся имеют дипломы медицинских работников, специалистов-экономистов, хотя у некоторых и высшее юридическое образование. В сложившейся ситуации при изучении специальных дисциплин как «Теория и практика социальных коммуникаций», «Основы консультирования в социальной работе» представляется актуальным при знакомстве с группой выявить их ценностные предпочтения, которые, в свою очередь, определяют приоритеты как на уровне целей, так и возможных средств их достижения. Так формируется небольшая анкета, прокомментировать результат ответов которой поможет конструктивное взаимодействие или «рассуждения» преподавателя с аудиторией. Почему именно рассуждения, а не диалог. Поясню, стиль общения – это указание на то, как человек взаимодействует с окружающими. Можно говорить о продуктивном и непродуктивном взаимодействии, хотя именно продуктивное взаимодействие устанавливает длительные отношения, позволяющие многого достичь в процессе взаимной деятельности. При этом именно продуктивный стиль общения предполагает высокий уровень компетентности преподавателя, ведь его критерии – это характер активности позиции партнеров – при продуктивном – «рядом с партнером», при непродуктивном – «над партнером»; характер выдвигаемых целей – при продуктивном стиле – партнеры совместно разрабатывают как близкие, так и дальние цели, при непродуктивном – доминирующий партнер выдвигает только близкие цели, не обсуждая их с аудиторией; характер возникающих отношений – при продуктивном стиле – доброжелательность и доверие, при непродуктивном – агрессия, обида и раздражение. Можно было бы продолжить перечень критериев, но уже очевидно, что процесс обучения студентов заочной формы, когда возраст обучаемых очень сильно разнится, а опыт прожитых лет сформировал устойчивый стереотип поведения, только активное включение их в процесс изучения материала позволяет результативно изучить и осмыслить материал тем. Ведь мотивируя их высказываться по возможно знакомым из опыта ситуациям, тем самым мы повышаем их самооценку на этапе обучения.

Так первый аргумент за форму «рассуждения» назван – это возможность вовлечения студентов в процесс активного овладения материалом дисциплины. Более того, именно эта форма проведения вводного занятия позволяет не просто сократить время знакомства с группой, но и сформировать у студентов заинтересованность в изучении предметов общепрофессионального цикла. Вторым аргументом в приоритете стиля рассуждения или конструктивного взаимодействия является опосредованное формирование рефлексии у обучающихся на примере гуманитарного знания.

Иллюстрацией в конструктивном взаимодействии может служить факт осуществленного реформирования, сущность которого раскрывается через рыночную экономику, парламентарную демократию и правовое государство. Их содержание не является культурно нейтральным относительно российского менталитета – совокупности образов и представлений, выражающих понимание мира в целом, а также собственного места в нем. Эти социальные формы имеют глубинную европейскую социокультурную основу. Российская же культура или ментальность народа не тождественна европейской, что можно подтвердить словами Н.Я.Данилевского, известного русского историка и социолога. «Европа, – размышлял Н.Я. Данилевский, – есть поприще германо-романской цивилизации не более и не менее... Европа есть сама германо-романская цивилизация... и поэтому несправедливо было бы думать, что Европа составляет поприще человеческой цивилизации вообще, или, по крайней мере, все лучшие части её» [1]. В приведенной цитате просматривается позиция автора, что нет эталона для оценки культурного развития, и было бы большим заблуждением пытаться его создать. Полтора века, что отделяют нас от времени выхода книги в свет, не умалили философской прозорливости автора, что у России своя история, объективно обусловленная темпом экономического развития и типом экономики, а значит и особенностями менталитета. Ведь менталитет – это ментальность экономической системы. В российской экономической сфере имеет место наличие смешанной экономики, соответствующей отечественной хозяйственной многоукладности и заимствованного из западной либеральной классики проекта «чикагской школы». Истории ещё предстоит расставить акценты относительно будущего в этой сфере, но реальность жизни при осознанном принятии не столь раздражительна, а позитивное отношение гораздо быстрее уступит место творческому видению, а

не хандре. Так постепенно в процессе знакомства с материалом курсов формируется позиция принятия или рефлексии как способа отношения к реальности.

Успех реформирования возможен при условии учета культурно-исторических, психологических по своей природе феноменов, порожденных опытом жизнедеятельности людей в определенных природно-географических и социально-исторических условиях. Может быть поэтому, обращение к истории края всегда позитивно сказывается на аудитории обучающихся, как бы дополняя не всегда известную историю своей семьи. А ведь среди студентов представители разных районов Омской области, а также других городов Западной Сибири. Проследить исторически возникший принцип взаимоотношений, как мирное соседство, позволяют факты истории.

Так процесс заселения территории Западной Сибири растянулся более чем на два столетия. Хотя первые города появились на карте в XVI XVII вв., строительство крепостей и редутов не изменило существенно Сибирь в целом. В начале XVIII столетия в Зауралье проживало примерно 500 тыс. человек, из этого количества на долю русских приходилось свыше половины – более 300 тысяч. Численное превосходство в Сибири русских по сравнению со всеми другими народностями – киргизами, латышами, эстонцами, поляками и др. позволило сохранить мирное соседство как принцип взаимоотношения народов. «Главный элемент населения составляют русские, но среди них в отдельных поселках живут и татары, и киргизы», – читаем в Полном географическом описании Отечества. [Россия. Полное географическое описание Отечества. Настольная и дорожная книга для русских людей. Под ред. В.П. Семенова-Тянь-Шанского. – Т.16. Западная Сибирь. – СПб. – 1907. – С448.]

Заметно возросло число жителей в Сибири лишь во второй половине XIX в., что видно из динамики городских жителей. Так в середине 60-х годов население Омска составляло 26,7 тыс. человек, а к 1897 г. оно возросло до 37,4 тыс. человек. В Томске за этот период количество жителей увеличилось с 19,8 тыс. – до 52, 2 тысячи человек, в Барнауле – с 12,9 тысячи до 21,1 тысячи человек. [Л.Г. Олех История Сибири: учеб. пособие. – Ростов/Д: Феникс, Новосибирск: Сибирское соглашение, 2005. – С.140]

Активно процесс заселения Западной и Восточной Сибири начался лишь со строительством Транссибирской железнодорожной

магистрали. Впервые вопрос о строительстве Транссибирской магистрали был поставлен в 1858 г. генерал-губернатором Восточной Сибири графом Н.Н. Муравьевым-Амурским. Тридцать лет продолжались дискуссии и совещания по этому вопросу и лишь в феврале 1891 г. было принято окончательное решение о начале строительства, причем одновременно от Челябинска на восток и от Владивостока на запад. 19 мая 1891 г. во Владивостоке состоялось торжественная закладка Транссиба. Начиная с 1893 г. строительство приобрело невиданный размах. В 1891 г. на строительстве работало 9600 человек, в 1892 – 1896 гг. – 84000 – 89000 человек, к концу постройки – в 1904 г. – 5300 человек.

Заселение Сибири проходило в основном в три этапа. Первый этап – 1894 – 1904 гг. когда введение Транссибирской магистрали позволили значительно облегчить проезд на новые земли, ведь поезда шли со скоростью 14 км/ч, а значит, возможность пути сокращалась в разы. Второй этап – 1906 – 1914 гг. был связан с реализацией столыпинской аграрной реформы. Третий этап – 1920 – 1922 гг. стал результатом сильнейшего голода в европейской части страны. Таким образом, в регионе принято выделять старожилов, проживавших до начала массового переселения, а также переселенцев – жителей, для кого малой родиной Сибирь стала лишь в последние сто лет.

Основным же занятием для всех категорий сельских жителей Сибири в 20-е годы оставались работы на земле, что воспитывало любовь к земле и развивало чувство собственности.

В середине 20-х годов XX в. городское население в стране составляло лишь 18 %, поэтому представляется исторически оправданным сосредоточиться на крестьянской ментальности, как народообразующей социальной группы.

К изучению специфических, психологических черт крестьянства обращались многие отечественные философы, историки, политические и общественные деятели в конце XIX – начале XX вв. Особо хочется отметить из зарубежных исследователей вклад в осмысление природы крестьянской ментальности М. Вебера. Интерес к крестьянской теме имел место и в 60 – 80-е годы XX века. Однако, вопрос о сущности крестьянской ментальности как культурно-исторического образования практически не рассматривался, хотя понятие ментальность было осмыслено.

А.Я.Гуревич писал, что «ментальность – это наличие у людей

определенного умственного инструментария, психологической оснастки, которая дает им возможность по-своему воспринимать и осознавать мир и самих себя» [Гуревич А.Я. Вопросы философии. 1988. №1. С. 65].

Изучая ментальность, Б.А. Душков предложил рассматривать ряд уровней ментальности: уровень психофизиологической адаптации, психологического самоопределения, социально-психологической активности и устойчивости. В данной структуре уровней просматривается наличие определенной направленности, а также господствующего фактора: культурного, социального, экономического, а также этнических ценностей. В свою очередь доминирующий фактор обуславливает различные типы ментальности. Формирование особенностей ментальных взаимоотношений в области духовно-нравственной сферы, – считает Б.А. Душков, – связано с воздействием таких факторов, как понимание членами каждого общества правил жизни, диктуемых им социально-историческими условиями, объективно проявляющимися в характере и способах взаимного влияния в процессе взаимодействия. [Душков Б.А. Психосоциология менталитета и нооменталитета. Екатеринбург, 2002. С. 32].

Итак, под крестьянской ментальностью будем понимать своеобразный психологический феномен, интегративную характеристику архетипических форм коллективного сознания: коллективные представления, ценности и нормы, базовые установки крестьян по отношению к значимым сторонам жизнедеятельности, к которым можно отнести – труд, природу, других людей. Известно, что дворяне восхищались крестьянской сметливостью в хозяйстве, их художественным творчеством, в инструкциях своим управляющим помещики приказывали, чтоб поступать во всем так, как крестьяне обычай имеют свой хлеб возделывать. В своем выступлении в I Государственной Думе тамбовский крестьянин Рябов отмечал, что «все ученые-агрономы практике у нас учатся, а не мы у них» [Цит. по: Громыко М.М. Традиционные нормы поведения и формы общения русских крестьян XIX в. – М., 1978. – С. 13]

Итак, идентификация каждого нового поколения сельских жителей с крестьянской ментальностью может осуществляться двумя путями. Во-первых, в процессе освоения родного языка и приобщения к сельскому образу жизни, что происходит в семье. Во-вторых, в процессе профессионализации, как результат рефлексии и осоз-

нанной интеграции с культурой села и крестьянской ментальностью. Можно отметить, что если традиции семьи передаются в процессе общения её членов, то рефлексия – это достояние времени, когда личность своим уровнем развития и желанием может самостоятельно приобщиться к литературному наследию, сотворить себя и влиять на ближайшее окружение. Именно поэтому обрести рефлексию как способ отношения к действительности может каждый из обучающихся

В юношеском возрасте происходит формирование системы ценностей, осмысление которых будет происходить на протяжении всей последующей жизни, рубежными в этом процессе будут выступать жизненные кризисы тридцати и сорока лет. Хотя ценности, будучи этическими императивами, формируются под воздействием социального опыта. В процессе совместной деятельности, определяющей отношение людей в группах, складываются групповые ценностные ориентации, которые в свою очередь определяют приоритет тех или иных личностных. Итак, ценностные ориентации играют главную роль в регуляции социального поведения личности, включая её установки, интересы, мотивы, влечения, смысл бытия человека.

Ценностные ориентации можно рассматривать и как психологический механизм личной регуляции поведения. С позиции системного подхода в ценностных ориентациях как в психологическом механизме можно выделить три аспекта:

- субъективный, включающий такие ценности – как жизненная мудрость, красота природы и искусства, познание, самостоятельность, как независимость в оценке и суждениях, свобода;

- интенциональный или направленность на цель, включающий такие ценности – активная деятельная жизнь, интересная работа, любовь, наличие хороших друзей, хорошая обстановка в стране и мире, равенство;

- объективный аспект содержится в следующих ценностях: материально-обеспеченная жизнь, общественное признание, счастливая семейная жизнь, уверенность в себе, удовольствие и здоровье.

Субъективный аспект в ценностных ориентациях проявляется в том, что человек стремится к определенному состоянию внутренней жизни, самочувствию, переживанию конкретных чувств. Именно к субъективному аспекту можно отнести приобретение жизненного опыта во всех сферах жизни, самоанализ и рефлексию,

удовлетворение собой, духовное развитие, самопознание. Интенциональный аспект ценностных ориентаций – это все ценное, что есть для человека в самом процессе взаимодействия с окружающими людьми и предметами: жизненный комфорт и хорошая обстановка, сочувствие и сопереживание другим, взаимопомощь и взаимопонимание, дружба и добрые сердечные отношения, интересные и творческие люди. В объективный аспект ценностных ориентаций включается: достижения материальных благ и ценных вещей, приоритет быта и социальных благ, привилегии, слава и почет, значимость машины и весомого влиятельного окружения. Субъективный, объективный и интенциональный аспекты ценностных ориентаций пронизывают три уровня регуляции личностного поведения. На самом высоком уровне (по степени обобщенности и времени) – детерминации, регуляции жизнедеятельности человека определяющую роль играют общечеловеческие и экзистенциальные ценности, что находит выражение в ориентации на определенный жизненный путь, творческую активность и осознание смысла бытия или уровень отдаленных перспектив. На данном уровне регуляция жизнедеятельности проявляется в зависимости от широкого социального окружения и особенностей национальной культуры. Именно через культуру психической деятельности (ритуал, традиция, обычай) закладываются основные жизненно важные ценности – это аккуратность, воспитанность, исполнительность, чуткость, терпимость, жизнерадостность, определяющие желательные или отдаленные перспективы. Во внутренней жизни человека ценностные отношения предполагают субординацию и упорядочение, что формирует значимую черту личности социального работника – уважительное отношение к личности.

Рассмотрев структуру ценностных ориентаций, как психологический механизм регуляции поведения человека во взаимодействии, можно выделить три уровня детерминации поведения (уровень отдаленных перспектив, уровень проектирования, мотивационный уровень) и три аспекта взаимодействия человека с миром или ближайшим социальным окружением – субъективный, объективный и интенциональный, находящиеся во взаимосвязи и взаимодействии. Сформированность перечисленных уровней и аспектов позволяет убедительно констатировать свободную интерпретацию выбора социальной коммуникации как будет востребовано конкретной ситуацией.

Таким образом, представляется необходимым при знакомстве с теорией и практикой социальных коммуникаций учитывать исторические традиции, которые могут либо содействовать восприятию нового, как это свойственно открытым обществам, либо же противостоять – в закрытых. Именно в данном ракурсе столь актуальным становится знание ценностных ориентаций личности, уровней ментальности – этого феномена бытия и внутреннего регулятора человеческой деятельности, опосредованного обычаями, традициями, нормами, коллективным бессознательным этноса. А главное готовностью не просто овладеть суммой теоретических знаний, но активно применять эти знания как собственные убеждения на практике.

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЛИТОЛОГИЯ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

АЛЛАГУЛОВА К., ТИЩЕНКО М. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ОМСКА И ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	3
ЗАГОРОДНИКОВА Н. В. МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ	9
НЕЛЬГА Н.Ю. ОЦЕНКА И ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ОПЛАТЫ ТРУДА ДЕТСКИХ САДАХ КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА	16
РУДЕНКО А.С. МОТИВАЦИЯ К ТРУДУ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА	20
ТИЩЕНКО М.И. ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	26
КЫЗЫЛБАЕВА А.Б., БАЙДИЛЬДАНОВА Ж.М. МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАЗАХСТАНА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	34
НИГМАТУЛИНА Д. С. САМОУПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СЕЙЧАС (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН)	38
АЛДАБЕРГЕНОВА А. А. ДЕПОЗИТНАЯ ПОЛИТИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	42
САМАЙ А. С. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ В РАЗВИТИИ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ	47
НИКУЛИНА В. РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ОБЪЕМОВ ПРОИЗВОДСТВА ООО «РЕГИОНСТРОЙСЕРВИС»	51
БЕЗВИКОННАЯ Е. В. ПОЛИТИЧЕСКИЕ СЕТИ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА	57

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

ГРАХОВ А. А. РОЛЬ КРАУДФАНДИНГА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ОБЩЕСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	72
ЕРМОЛИНА Н. И., СЕРГИЕНКО О. В. АКТУАЛЬНЫЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	76
КОНЮКОВА О. Г. АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА	82
ЛУКИНА Т. С. МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	85
ЛУЧКО О. Н., ЕРИСЬКИНА Е. Е., КОЗЛОВ Е. В. ПРИМЕНЕНИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ПРОЦЕССЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ В РЕГИОН ИНВЕСТИЦИЙ	93
МАНОХИНА Н. В., СТЕПАНОВА Т. Е. ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЭКОНОМИКА	95
КОТЕНКО А. П. КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	104
КАЛИМБЕТОВ В. К. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА БЕТОНА В Г.ОМСКЕ	111
ГУЩАНСКАЯ Т. В. ОЦЕНКА РИСКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ИНВЕСТИЦИЙ	116
ПАТЛАСОВ О. Ю. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	119
ЖУРНАЛИСТИКА В ГЛОБАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ	
ЛАГУТИНА О. В. PRODUCT PLACEMENT В КОНТЕНТЕ ШОУ-БИЗНЕСА	125
ГОЦУР О. И. АНАЛИЗ ГАЗЕТ «ДЕНЬ», «ЗЕРКАЛА НЕДЕЛИ» И «2000» НА ПРЕДМЕТ РОССИЙСКО-УКРАИНСКИХ ОТНОШЕНИЙ	130

ЛАПШИН М. И. АНАЛИЗ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ
СРЕДСТВ ТЕЛЕКАНАЛОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН 136

КОЗЯКОВА Л. И., ЕВДОКИМОВ В. А. МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОБ ОТНОШЕНИИ К
ПРОФЕССИИ ЖУРНАЛИСТА СРЕДИ СТУДЕНТОВ МЛАДШИХ КУРСОВ 139

ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА

КАРПОВА Л. Г. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПОДРАЖАНИЯ,
ПРИНЯТИЯ И ОСВОЕНИЯ РОЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ
СПОСОБНОСТЕЙ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ 145

ЩЕРБАКОВ Е. П. ВЛИЯНИЕ МАЛОЙ ГРУППЫ НА РАЗВИТИЕ
ТВОРЧЕСКОЙ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ
БУДУЩИХ ПСИХОЛОГОВ 148

ЛУЧИНИН А. В., ВИВЧАРУК К. Г. ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ И СТАТУС СОЦИАЛЬНЫХ РАБОТНИКОВ 153

И. А. КОСТЮК, Е. В. КОСТЮК К ВОПРОСУ О МОДЕРНИЗАЦИИ,
МЕНТАЛЬНОСТИ И КОНСТРУКТИВНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ 155

Научное издание

СОВРЕМЕННАЯ НАУКА:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД

**Первая национальная региональная научно-практическая
заочная конференция**

Сборник научных трудов

*Редактор Л. И. Козякова
Технический редактор И. Ю. Ерофеев*

Формат 60x84 1/16.
Печ. л. 10,5. Уч.-изд. л. 8,2.

НОУ ВПО «ОмГА»
644105, Омск, ул. 4-я Челюскинцев, 2а.
